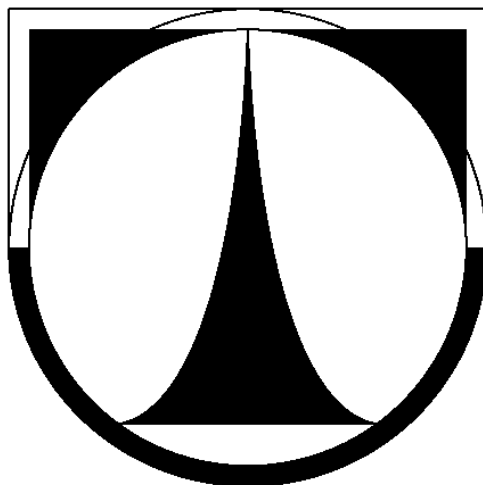


TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI

Ekonomická fakulta



DIPLOMOVÁ PRÁCE

2012

Bc. Jakub Adam

TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI

Ekonomická fakulta

Studijní program: N 6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Podniková ekonomika

Podnikatelský plán - založení sportovního centra

Business plan - sports centre foundation

DP-EF-KPE-2012-01

Bc. Jakub Adam

Vedoucí práce: prof. Ing. Ivan Jáč, CSc., Katedra podnikové ekonomiky

Konzultant: Mgr. Jan Souček, DUKLA Praha

Počet stran: 111

Počet příloh: 4

Datum odevzdání práce: 6.1. 2012

Prohlášení

Byl jsem seznámen tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo. Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé diplomové práce pro vnitřní potřebu TUL. Užiji-li diplomovou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědoma povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše. Diplomovou práci jsem vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím diplomové práce a konzultantem.

V Liberci, 6.1.2012

Podpis:

Poděkování

Na tomto místě bych rád poděkoval prof. Ing. Ivanu Jáčovi, CSc. za vedení diplomové práce a jeho podporu, trpělivost a rady.

Anotace

Předmětem diplomové práce je zpracování konkrétního podnikatelského plánu podniku.

První část práce je popisná a obsahuje základní definice pojmů a popisuje malé a střední podnikání, právní formy podniků a strukturu podnikatelského plánu.

Druhá část je zaměřena na vytvoření konkrétního podnikatelského plánu k založení malého podniku, kterým je sportovní centrum.

Klíčová slova

Malý a střední podnik, zakládání podniku, podnikatelský plán, právní formy podniků, živnost, kryoterapie, fitness.

Annotation

The subject of this thesis is creation of a business plan of a company. First part of this thesis is descriptive and contains basic definitions and describes small and medium enterprise, legal forms of enterprises and structure of business plan. Second part of this thesis is focused on creation of the business plan for foundation of the real small company which is sports centre.

Keywords

Small and medium enterprise, foundation of an enterprise, business plan, legal forms of enterprises, small business, cryotherapy, fitness.

OBSAH

Obsah.....	7
Seznam tabulek, grafů, obrázků.....	10
Seznam použitých zkratk, značek a symbolů.....	13
Úvod.....	14
1 Malý a střední podnik.....	16
1.1 Vymezení pojmu malý a střední podnik.....	16
1.1.1 Podnikání, podnikatel, podnik.....	16
1.1.2 Typologie podniků.....	18
1.1.3 Malé a střední podniky.....	19
1.1.4 Význam malých a středních podniků.....	20
1.1.5 Výhody a nevýhody malých a středních podniků.....	24
1.1.6 Podpora malým a středním podnikům.....	25
1.1.7 Malé a střední podnikání v evropském prostoru.....	27
2 Právní formy podniků.....	29
2.1 Podniky jednotlivce.....	29
2.2 Osobní společnosti.....	31
2.3 Kapitálové společnosti.....	32
2.4 Družstva.....	33
2.5 Veřejné (státní) podniky.....	33
2.6 Kritéria volby právní formy.....	34
2.7 Proces založení podniku jednotlivce.....	34
3 Podnikatelský plán.....	36
3.1 Definice podnikatelského plánu a jeho využití.....	36
3.2 Typy plánů.....	37
3.3 Struktura podnikatelského plánu.....	39
3.3.1 Titulní strana.....	39
3.3.2 Exekutivní souhrn.....	39
3.3.3 Popis podniku a poskytované služby.....	40
3.3.4 Analýza trhu a konkurence.....	41
3.3.5 Výrobní (obchodní) plán.....	44

3.3.6 Organizační plán.....	45
3.3.7 Marketingový plán.....	45
3.3.8 Finanční plán.....	48
3.3.9 Hodnocení rizik.....	50
3.3.10 Závěr a projektu.....	51
3.3.11 Přílohy.....	51
4 Kryoterapie.....	52
5 Podnikatelský plán.....	57
5.1 Titulní strana.....	57
5.2 Exekutivní souhrn.....	58
5.3 Popis podniku.....	58
5.3.1 Předmět činnosti.....	59
5.3.2 Záměr, vize, cíle, strategie.....	59
5.3.3 Umístění podniku, velikost podniku.....	60
5.3.4 Poskytované služby.....	60
5.3.5 Vedení podniku, zaměstnanci.....	60
5.4 Analýza okolí, trhu a konkurence.....	61
5.4.1 PEST analýza.....	61
5.4.2 Porterova analýza konkurenčních sil.....	71
5.5 Obchodní plán.....	77
5.6 Organizační plán.....	78
5.6.1 Organizační struktura.....	78
5.6.2 Personální zajištění.....	79
5.6.3 Pracovní doba a odměňování zaměstnanců.....	79
5.7 Marketingový plán.....	80
5.7.1 Marketingové cíle.....	80
5.7.2 Segmentace.....	80
5.7.3 SWOT analýza.....	81
5.7.4 Produkt.....	81
5.7.5 Cena.....	82
5.7.6 Distribuce.....	83
5.7.7 Komunikace.....	83

5.7.8 Dotazníkové šetření.....	84
5.8 Finanční plán.....	85
5.8.1 Finanční zdroje před zahájením činnosti.....	85
5.8.2 Zahajovací rozvaha.....	85
5.8.3 Plán nákladů.....	88
5.8.4 Plán tržeb.....	91
5.8.5 Hospodářský výsledek.....	92
5.8.6 Cash flow.....	93
5.8.7 Hodnocení investice.....	94
5.8.8 Hodnocení rizik.....	95
Závěr.....	96
Seznam literatury.....	98
Seznam příloh.....	101
Příloha 1.....	102
Příloha 2.....	105
Příloha 3.....	107
Příloha 4.....	109

Seznam tabulek

Tab. 1. Kategorizace malých a středních podniků.....	20
Tab. 2. PEST analýza.....	42
Tab. 3. Vývoj průměrné měsíční hrubé mzdy.....	64
Tab. 4. Hl.m. Praha – vývoj nezaměstnanosti.....	66
Tab. 5. Hl.m. Praha – vývoj hrubých mezd.....	66
Tab. 6. Hl.m. Praha – vývoj HDP.....	66
Tab. 7. Hl.m. Praha – vývoj spotřeby elektrické energie (GWh).....	67
Tab. 8. Hl.m. Praha – vývoj příjmů domácností.....	69
Tab. 9. Ceník Kryocentra s.r.o.....	72
Tab. 10. Ceník Wellness centrum Radlice s.r.o.....	72
Tab. 11. Ceník Relax le fabrique Čakovice.....	73
Tab. 12. Ceník fitcentra Holmes place.....	74
Tab. 13. Ceník Relax days.....	76
Tab. 14. Ceník Aquapalace Praha - saunový svět, vedlejší sezona.....	76
Tab. 15. Ceník Aquapalace Praha – saunový svět, hlavní sezona.....	76
Tab. 16. Provozní doba polária.....	77
Tab. 17. Otevírací doba fitness centra.....	78
Tab. 18. Pracovní doba.....	79
Tab. 19. Ceník služeb.....	83
Tab. 20. Potřebné finanční zdroje před zahájením činnosti podniku.....	85
Tab. 21. Úrokové míry Investičního úvěru 5 PLUS.....	86
Tab. 22. Zahajovací rozvaha.....	87
Tab. 23. Měsíční provozní náklady.....	88
Tab. 24. Osobní náklady v Kč za rok.....	89
Tab. 25. Přehled odpisovaného majetku.....	90
Tab. 26. Přehled odpisovaného majetku.....	90
Tab. 27. Celkové náklady společnosti v Kč.....	91
Tab. 28. Využití maximální kapacity krykomory.....	91
Tab. 29. Využití maximální kapacity fitness centra.....	91
Tab. 30. Využití maximální kapacity masérny.....	91
Tab. 31. Hospodářský výsledek.....	92

Tab. 32. Cash flow v Kč.....	93
Tab. 33. Doba návratnosti investice.....	94
Tab. 34. Vybavení podniku.....	105
Tab. 35. Splátkový kalendář k úvěru.....	107
Tab. 36. Úrok, úmor, konečná hodnota.....	107

Seznam grafů

Graf 1. Vývoj počtu malých a středních podniků v ČR.....	22
Graf 2. Vývoj zaměstnanosti v malých a středních podnicích v ČR.....	23
Graf 3. Výkony.....	23
Graf 4. Růst reálného HDP v ČR.....	63
Graf 5. Vývoj nezaměstnanosti.....	64
Graf 6. Vývoj inflace.....	65
Graf 7. Zastoupení jednotlivých věkových skupin na populaci Prahy (%).....	69

Seznam schémat

Schéma 1. Organizační struktura.....	78
---	----

Seznam obrázků

Obr. 1. Porterův model konkurenčního prostředí.....	44
--	----

Seznam použitých zkratek

a.s. – akciová společnost

ASC – Armádní sportovní centrum

BIC – podnikatelské a inovační centrum

ČNB – Česká národní banka

ČR – Česká republika

ČSÚ – Český statistický úřad

DPH – daň z přidané hodnoty

ECB – Evropská centrální banka

EU – Evropská unie

EUR - Euro

GWh - gigawathodina

HDP – hrubý domácí produkt

ISCHS – ischemická choroba srdeční

MHD – městská hromadná doprava

mil. – milion

MPO – Ministerstvo průmyslu a obchodu

MSP – malé a střední podnikání

NP – nadzemní podlaží

NUTS – nomenklatura územních statistických jednotek

ODS – Občanská demokratická strana

OSVČ – osoba samostatně výdělečně činná

PC – pořizovací cena

PPIC – regionální poradenská a informační centra

RO – roční odpis

s.r.o. – společnost s ručením omezeným

tis. – tisíc

TOP 09 – Tradice, Odpovědnost, Prosperita 2009

VV – Věci veřejné

% - procento

°C – Celsiův stupeň

Úvod

Téma práce jsem zvolil z důvodu mého pozitivního vztahu ke sportu. V současnosti se stále věnuji rychlostní kanoistice na vrcholové úrovni v Armádním sportovním oddíle DUKLA Praha. I proto je můj sen se pohybovat v oblasti sportu i po ukončení profesionální kariéry. Jednou z možností by bylo vybudovat a uvést do provozu vlastní sportovní centrum, kde bych mohl využít své dlouholeté tréninkové a závodní zkušenosti. Proto jsem se rozhodl pro vypracování podnikatelského plánu malého sportovního centra. Samozřejmě ne každý podnikatelský projekt skončí úspěšně. A proto je nutné k dobrému startu zpracovat kvalitní podnikatelský plán. Ten nám umožňuje poměřit naše plány s realitou, uvědomit si veškerá úskalí a bariéry a pomáhá nám naplánovat naše výdaje a tím získat lepší podmínky např. při získání finančních zdrojů od bank. Podnikatelský plán je jeden z prvních kroků na cestě k úspěšnému podnikání.

Cílem práce tedy bude vypracování kvalitního podnikatelského plánu na založení sportovního centra s poskytovanými službami kryoterapie a fitness. Na základě analýz bych chtěl zjistit, zda vůbec takový podnik může v konkurenci uspět a dosahovat zisku.

Práci jsem rozdělil na teoretickou a praktickou část. V teoretické části bych chtěl za pomoci dostupných zdrojů a informací (literatura, internet a legislativa) připravit podklady pro praktickou část diplomové práce.

Obsahem teoretické části bude vysvětlení základních pojmů, pojmu malý a střední podnik, výběr právní formy podnikání, postavení a význam malých a středních podniků v národním hospodářství, výhody a nevýhody malých a středních podniků. Další částí bude teorie podnikatelského plánu, jeho obsah a struktura. V poslední části bych objasnil pojem kryoterapii a její význam.

V praktické části začnu popisem podniku, analýzou okolí, trhu a konkurence. Dále se budu věnovat rozpracováním konkrétních plánů, obchodního, organizačního, marketingového a finančního a na závěr provedu hodnocení investice a rizik.

Věřím, že se náš podnik může dobře zaběhnout. Výhodou je, že ihned po tréninku v posilovně či na trenažérech může klient absolvovat regenerační kúru v podobě kryoterapie či masáže. Regenerace je důležitá nejen pro aktivní sportovce, ale i pro ostatní, protože posiluje imunitu. Náš podnik bude disponovat moderním technologickým zařízením pro kryoterapii a proto je vhodná i pro profesionální sportovce, kteří si kladou vysoké nároky na zařízení.

Regeneraci sil sportovců by měla být věnována maximální pozornost, aby nedocházelo k častým zraněním, následně pak ke sportovním výpadkům a celkovému poklesu výkonnosti. Tréninkové zatížení a fyzické nároky sportovců se v dnešní době stále zvyšují, velké objemy a intenzity zatížení v tréninku vidíme dnes již u mladších kategorií. Tyto nároky jsou mnohdy nad hranicí funkčně fyziologických schopností lidského organismu. Snadno může dojít k jeho přetížení a poškození, zejména u mladších kategorií sportovců. Proto je nutné věnovat velkou pozornost nejen tréninku, ale i regeneračním prostředkům. Lidský organismus má svoje limity, které je nutno respektovat. Avšak i u široké veřejnosti je třeba se věnovat regeneraci, jelikož běžný občan pracuje několik hodin denně ve velmi náročných podmínkách a je vystaven neustálému stresu. Tento hektický způsob života si tak bere daň na našem zdraví. Také vhodné místo by mohlo pomoci dobré realizaci podnikatelského záměru, což pražský Anděl bezpochyby je, kde se podnik může rychle dostat do podvědomí veřejnosti.

Věřím, že dostatek lidí má v sobě sportovního ducha a velké procento z nich navštěvuje podobná sportovní zařízení jako je podnik v tomto podnikatelském záměru.

1 Malý a střední podnik

1.1 Vymezení pojmu malý a střední podnik

1.1.1 Podnikání, podnikatel, podnik

Ještě než se budeme věnovat malému a střednímu podnikání, je třeba popsat základní pojmy podnikání, podnikatel, podnik. V literatuře najdeme mnoho definic pro tyto pojmy.

Podnikání

„Podnikání chápeme jako provozování podniku, výchozími předpoklady pro rozvoj podniku je existence volného kapitálu a volné práce“. [1]

Podnikáním se rozumí soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku.¹

Z ekonomického pojetí „podnikání znamená zapojení ekonomických zdrojů a jiných aktivit tak, aby se zvýšila jejich původní hodnota. Je to dynamický proces vytváření přidané hodnoty“. [2]

Základním motivem podnikání je snaha o dosažení zisku jakožto přebytku výnosů nad náklady. Zisk se docílí uspokojováním potřeb zákazníků. V centru pozornosti podnikatele je zákazník s jeho zájmy, požadavky, potřebami, preferencemi atd. Potřeby zákazníků uspokojuje podnikatel svými výrobky a službami prostřednictvím trhu, což vede k tomu, že musí čelit riziku. Snahou podnikatele je sledovat takovou strategii a politiku, která by riziko snížila na přijatelnou úroveň. To, co se v daném případě považuje za ještě přijatelné riziko, závisí na konkrétních okolnostech, předmětu podnikání, dynamice okolního světa a v neposlední řadě i na osobním založení podnikatele. Jako obecná tendence se prosazuje snaha většiny podnikatelských subjektů o minimalizaci rizika. Pro jakékoli podnikání je charakteristické, že na jeho počátku vkládá podnikatel do svého podniku kapitál, a to vlastní nebo vypůjčený. Velikost tohoto kapitálu je značně diferencovaná a závisí jak na předmětu podnikání, tak i na jeho rozsahu.

¹ §2 odst. 1 zákona č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, v aktuálním znění.

Snaha podnikatele směřuje ke zhodnocení kapitálu, který byl do podnikání vložen, a to především kapitálu vlastního. [3]

Podnikatel

Podnikatelem podle obchodního zákoníku je:²

- a) osoba zapsaná v obchodním rejstříku,³
- b) osoba, která podniká na základě živnostenského oprávnění,⁴
- c) osoba, která podniká na základě jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů,
- d) fyzická osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštních předpisů.

„Podnikatel je osoba realizující podnikatelské aktivity s rizikem rozšíření nebo ztráty vlastního kapitálu, schopna rozpoznat příležitosti, mobilizovat a využívat zdroje a prostředky k dosažení stanovených cílů a ochotná podstoupit tomu odpovídající rizika. Podnikatel je iniciátor a nositel podnikání, investuje své prostředky, čas, úsilí a jméno, přebírá odpovědnost, nese riziko s cílem dosáhnout svého finančního a osobního uspokojení“. [2]

Podnik

Nejobecněji je podnik interpretován jako subjekt, ve kterém dochází k přeměně zdrojů (vstupů) ve statky (výstupy). Dle Vebera a kolektivu *„je vymezen jako uspořádaný soubor prostředků, zdrojů, práv a jiných majetkových hodnot(at' vlastních či pronajatých), které slouží podnikateli k provozování podnikatelských aktivit“.* [2]

Podnik je v obchodním zákoníku definován jako soubor hmotných, osobních a nehmotných složek podnikání. K podniku náleží:⁵

- věci,

²§2 odst. 2 zákona č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, v aktuálním znění.

³Obchodní rejstřík je veřejně přístupný online na webových stránkách <http://www.justice.cz>.

⁴Živnostenské oprávnění opravňuje podnikatele provozovat živnost. (viz zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání).

⁵§5 odst. 1 zákona č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, v aktuálním znění.

- práva,
- jiné majetkové hodnoty náležející podnikateli, sloužící nebo mající sloužit k provozu podniku.

Soubor majetkových hodnot patřících podnikateli a majiteli sloužících, resp. majících sloužit k jeho podnikání se nazývá obchodním majetkem. [3]

1.1.2 Typologie podniků

Podniky lze třídit podle velkého množství hledisek, podle právní formy, podle sektorů a hospodářských odvětví, podle typu výroby, podle velikosti.

Synek a kolektiv [3] člení podniky takto:

Podle právní formy jde o:

- podnik jednotlivce (obvykle živnosti),
- osobní společnosti (veřejná obchodní společnost a komanditní společnost),
- kapitálové společnosti (společnost s ručením omezeným a akciová společnost),
- družstva,
- veřejné (státní) podniky (rozpočtové organizace, příspěvkové organizace, občanská sdružení a nadace).

Podle sektorů a hospodářských odvětví jde o:

- sektor zemědělství (zemědělství, rybolov a lesní hospodářství),
- sektor průmyslu (těžební a zpracovatelský průmysl, výrobu a distribuce elektrické energie, plynu a vody, stavebnictví),
- sektor služeb (obchod, peněžnictví a pojišťovnictví, dopravu, skladování a spoje, školství, zdravotnictví, veterinární a sociální činnost a ostatní služby).

Podrobnějším tříděním je třídění podniků podle jejich příslušnosti k hospodářským odvětvím. Těmi se rozumí části národního hospodářství, které vyrábí určitou skupinu výrobků stejných nebo si podobných, nebo poskytující určité služby. Tak můžeme rozlišit podniky zemědělské, lesnické, vodního hospodářství, průmyslové, stavební, podniky dopravy a spojů, obchodní, peněžní atd. V České republice se hospodářská odvětví klasifikují podle Odvětvové klasifikace ekonomických činností (OKEČ).

Podle typu výroby jde o:

- výrobu hromadnou,
- výrobu vázanou,
- výrobu druhovou,
- výrobu sériovou,
- výrobu plynulou,
- výrobu kusovou.

Podle velikosti můžeme podniky členit na:

- velké,
- střední,
- malé,
- drobné.

1.1.3 Malé a střední podniky

Přestože je v praxi pojem malé a střední podniky velmi rozšířen, neexistuje jednotná horní hranice, která tyto podniky vymezuje. Kritérium třídění je počet zaměstnanců, velikost obratu, velikost kapitálu nebo zisku. Počet zaměstnanců je nejužívanějším kritériem. V České republice se v současné době používá kombinované kritérium, a to počet zaměstnanců a výše obratu. Podle Svazu průmyslu České republiky se za malý podnik považuje ten, který má méně než 100 zaměstnanců a jehož roční obrat nepřesahuje 30 mil. Kč, střední podnik má méně než 500 zaměstnanců a obrat menší než 100 mil. Kč. Ostatní podniky jsou považovány za velké.

Následující tabulka vychází z platné legislativy EU a ukazuje kategorizaci malých a středních podniků. Všichni žadatelé o podporu z programů Evropské unie tuto definici musí splňovat. Zákon č. 47/2002 Sb. o podpoře malého a středního podnikání⁶ za malého a středního podnikatele považuje takového podnikatele, který splňuje kritéria stanovená přímo použitelným předpisem Evropských společenství a odkazuje v této věci na Přílohu I k nařízení Komise č. 70/2001, posléze novelizovanou nařízením Komise č. 364/2004, kde je drobný, malý a střední podnik definován takto:

⁶§2 zákona č. 47/2002 Sb., o podpoře malého a středního podnikání, v aktuálním znění.

Tab. 1. Kategorizace malých a středních podniků

Kategorie podniků	Počet zaměstnanců	Roční obrat	Aktiva celkem
střední	< 250	≤ 50 mil. EUR	≤ 43 mil. EUR
malé	< 50	≤ 10 mil. EUR	≤ 10 mil. EUR
mikro	< 10	≤ 2 mil. EUR	≤ 2 mil. EUR

Zdroj: <http://www.czechinvest.org/definice-msp>

Korunový ekvivalent se stanoví vynásobením částek uvedených v EUR kursem vyhlášeným Evropskou centrální bankou (ECB) pro poměr mezi EUR a Kč k 31.12. předcházejícímu roku podání žádosti o podporu.

Důležitou podmínkou pro vymezení kategorie malých a středních podniků je jejich nezávislost. Tou se rozumí fakt, že více než 25 % podílu na hlasovacích právech či na základním kapitálu nemá podnik, který nepatří do kategorie malých a středních podniků.

Banky působící v ČR zpravidla považují za horní hranici pro malé a střední podniky roční obrat nepřesahující 300 mil. Kč. [3]

1.1.4 Význam malých a středních podniků

V rozvinutých ekonomikách představují malé a střední podniky téměř 90 % z celkového počtu podniků. Podíl této velikostní skupiny na celkové zaměstnanosti se zde pohybuje mezi 50-70 %, na tvorbě hrubého národního důchodu 30-70 % apod. [3]

Je nespornou skutečností, že ve struktuře všech podniků tvoří malé a střední podniky drtivou většinu. Veber a kolektiv [2] spatřují následující výhody malých a středních podniků:

Malé a střední podniky garantují nejběžnější svobody. Dávají šanci k svobodnému uplatnění občanů, podnikatelů, dávají šanci k samostatné realizaci lidí v produktivním procesu. Malí a střední podnikatelé nemohou na sebe strhnout moc, nemohou dosáhnout monopolního postavení. Jsou vlastně protipólem ekonomické a politické moci. Existence malých a středních firem stabilizuje společnost, neboť jakákoli výrazná politická nejistota a radikální proudy jsou pro ně zdrojem rizik. Pro malé a střední podniky není typické, aby byly vlastněny zahraničními subjekty.

Firmy tohoto typu reprezentují místní kapitál, místní vlastnické poměry. Efekty podnikání zůstávají v daném regionu. Obvyklá cesta, jak rychle ekonomicky oživit region, vede přes podporu rozvoje malých a středních podniků v dané oblasti. Malé a střední podniky jsou obvykle mnohem těsněji svázány s daným regionem. Podnikatel zpravidla v regionu bydlí. Vedle toho, že poskytuje danému regionu zaměstnanost a ekonomické přínosy, není výjimečné, že se stává sponzorem různých charitativních a dalších akcí. Mnohé malé provozovny (drobné krámky, kavárny, provozovny služeb) dotvářejí urbanizaci měst a vesnic, oživují prostor, udržují či obnovují historickou architekturu.

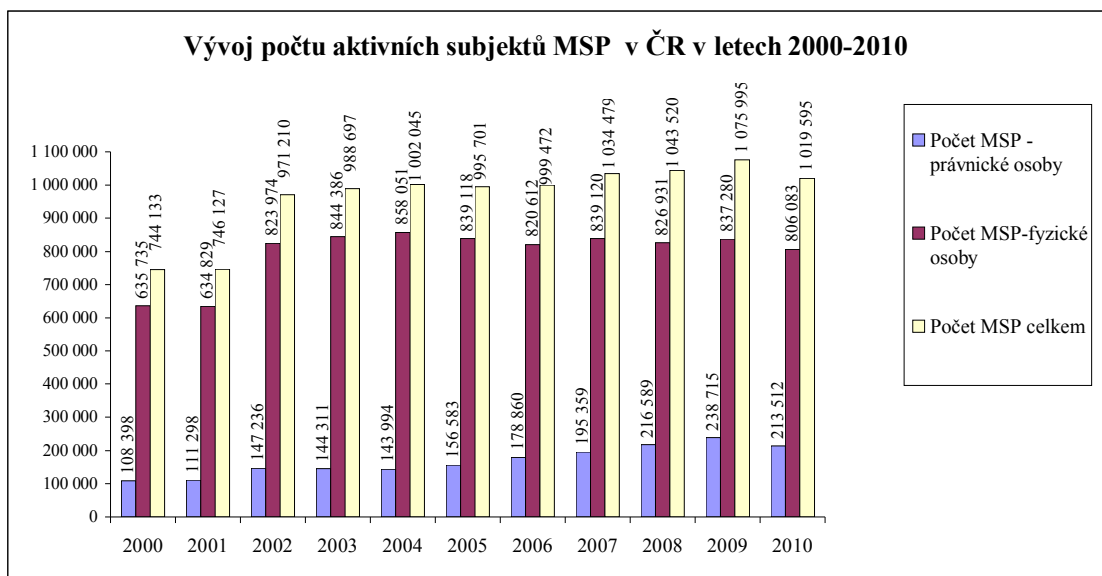
Charakteristickým rysem malých a středních podniků, který je vysoce ceněn, je jejich flexibilita, pohotové přizpůsobování se měnícím se skutečnostem. S prohlubujícími se globalizačními tendencemi, kdy dochází k nástupu multinárodních korporací a řetězců, působí malé a střední podniky proti posilování monopolních tendencí. Snaží se o hledání co nejvýhodnějšího uplatnění na lokálním trhu např. tím, že vyhoví individuálním přáním. Mohou se angažovat v okrajových oblastech trhu, které nejsou pro větší podniky zajímavé. Řada malých a středních podniků ovšem velice úzce spolupracuje s velkými podniky jako jejich subdodavatelé.

Statistika živnostenského podnikání

V České republice bylo k 31. prosinci 2010 evidováno celkem 3 009 443 živnostenských oprávnění, což oproti roku 2009 představuje nárůst o 110 617 živnostenských oprávnění, tj. o 3,82 %. Živnostenské oprávnění získalo k 31. prosinci 2010 celkem 2 233 474 podnikatelů, z toho bylo 324 549 právnických osob a 1 908 925 fyzických osob. Oproti roku 2009 se celkový počet podnikatelů s živnostenským oprávněním zvýšil o 59 859, tj. o 2,75 %. Počet živnostenských oprávnění na 1 000 obyvatel vydaných k 31. prosinci 2010 činil 285,89 oprávnění, přičemž počet podnikatelů na 1000 obyvatel je 212,17. Na jednoho podnikatele tak připadá průměrně 1,35 živnostenského oprávnění.

Vývoj počtu malých a středních podniků v ČR

Graf 1. Vývoj počtu malých a středních podniků v ČR



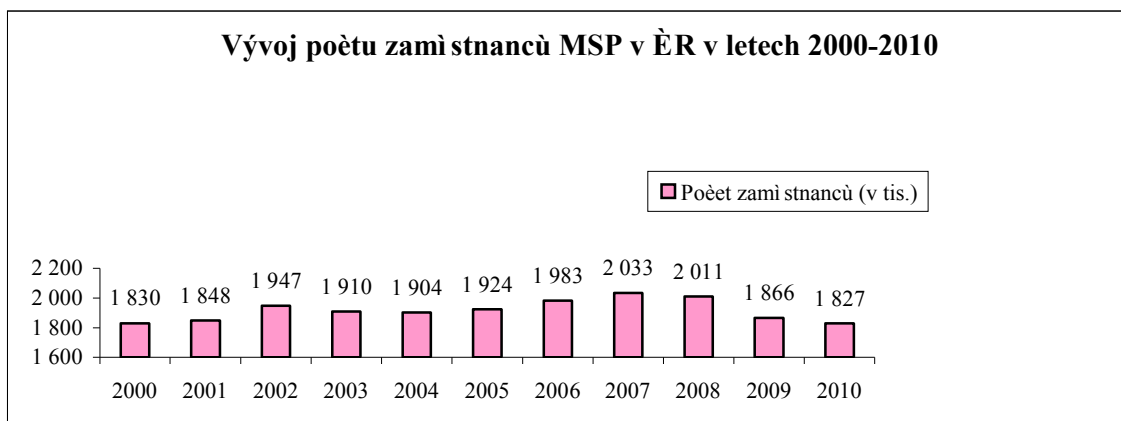
Zdroj: <http://www.mpo.cz/dokument90013.html>

Podle údajů ČSÚ vykazovalo podnikatelskou činnost k 31. prosinci 2010 v ČR celkem 1 021 280 právnických a fyzických osob, z toho bylo 1 019 595 malých a středních podniků. Oproti roku 2009 je to pokles o 56 400 malých a středních podniků, tj. 5,24 %.

U právnických osob spadajících dle definice pod malé a střední podniky došlo k poklesu o 25 203 subjektů tj. o 10,56 %. U fyzických osob došlo k poklesu o 31 197 subjektů (o 3,73 %) na celkových 806 083 podnikajících fyzických osob. Podíl malých a středních podniků na celkovém počtu aktivních podnikatelských subjektů v roce 2010 byl 99,84 %.

Vývoj zaměstnanosti v malých a středních podnicích

Graf 2. Vývoj zaměstnanosti v malých a středních podnicích v ČR

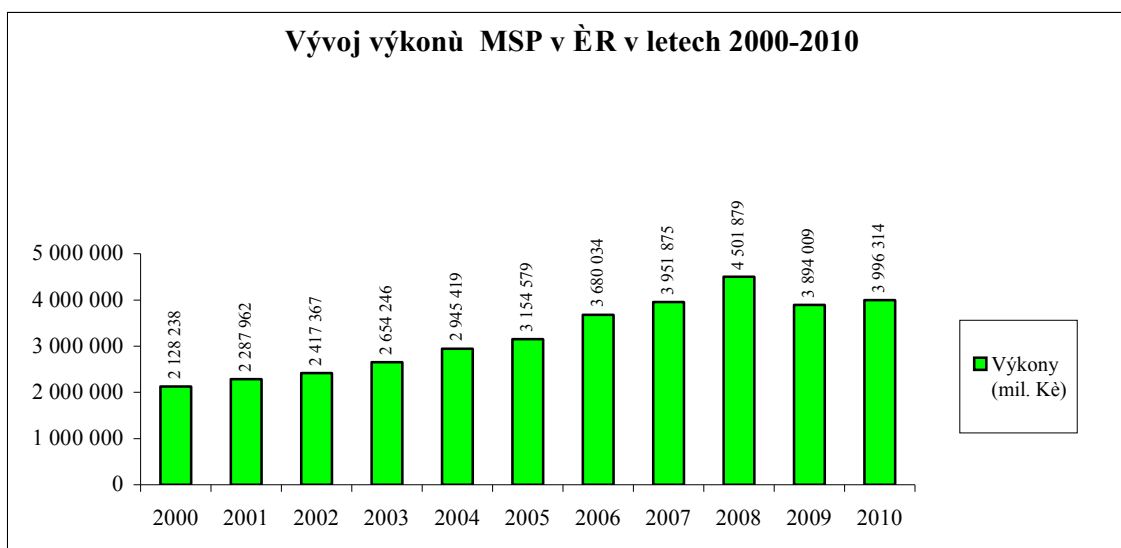


Zdroj: <http://www.mpo.cz/dokument90013.html>

Celkový počet zaměstnanců malých a středních podniků se v roce 2010 snížil oproti roku 2009 o 39 tis. (o 2,09 %) na celkových 1 827 tis. zaměstnanců. Podíl zaměstnanců malých a středních podniků na celkovém počtu zaměstnanců podnikatelské sféry v ČR se přesto v roce 2010 zvýšil o 0,06 procentního bodu a činil tak 60,88 %.

Vývoj ekonomických ukazatelů malých a středních podniků

Graf 3. Výkony



Zdroj: <http://www.mpo.cz/dokument90013.html>

V roce 2010 vytvořily malé a střední podniky výkony ve výši 3 996 314 mil. Kč, což je oproti roku 2009 zvýšení o 102 305 mil. Kč. Podíl malých a středních podniků na celkových výkonech podnikatelské sféry v roce 2010 dosáhl 51, 24 %, což je oproti roku 2009 pokles o 1, 47 procentního bodu. [12]

1.1.5 Výhody a nevýhody malých a středních podniků

Výhody malých a středních podniků

Malé a střední podniky mají následující schopnosti:

- Vytvářet pracovní místa při relativně nízkých nákladech,
- Rozšíření sortimentu a objemu produkce zboží a služeb,
- Vysoká flexibilita, adaptabilita, rychlá reakce na požadavky trhu,
- Tvorba možnosti pro vývoj i aplikaci (vývoje vyššího řádu) vhodných technologií – dynamický zdroj inovací,
- Tvorba fondu kvalifikovaných pracovníků (pracovníci malých podniků mají většinou širší profesní specializaci než pracovníci velkých podniků).

Vedle těchto výhod můžeme uvést další, např. jednodušší řídicí struktura, větší pružnost, zmírňování negativních důsledků strukturálních změn, schopnost působit jako dodavatelé velkých podniků, vyplňování okrajových oblastí trhu. [1]

Nevýhody malých a středních podniků

Nejvýraznější nevýhody malých a středních podniků jsou v oblasti výroby a marketingu.

- relativně omezená členitost produkce a technologií, nižší stupeň technologického rozvoje,
- relativně omezené kapitálové zdroje,
- omezení trhů, převažuje zaměření na lokální trhy,
- nedostatek prostředků na propagaci a reklamu.

Další nevýhody mohou být např. nízký tržní podíl, který znamená nižší docilovanou rentabilitu, ztížený přístup k veřejným dražbám, problémy se zapojováním do náročných výzkumných projektů, ztížené možnosti pro samostatné pronikání na zahraniční trhy. [1]

1.1.6 Podpora malým a středním podnikům

I když malé a střední podniky jsou rovnocennými účastníky trhu, jejich vznik a první kroky jsou poznamenány určitým znevýhodněním ve srovnání s velkými podniky. Proto je prakticky ve všech vyspělých zemích ze strany státu věnována malým a středním podnikům mimořádná pozornost, má různé formy. [3]

Podporu malým a středním podnikům podle Vebera a kolektivu [2] můžeme rozdělit do dvou skupin:

- informační podpora,
- finanční podpora.

Z hlediska původu můžeme subjekty poskytující oba výše uvedené typy podpor rozdělit do tří skupin:

- vládní organizace zaměřené na poskytování různých služeb podnikatelům,
- nevládní organizace na bázi zpravidla neziskových organizací,
- podnikatelské subjekty.

Organizace poskytující služby podnikatelům

- vládní organizace

Vládní instituce, zejména Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR (MPO), vytvořily řadu institucí, které mají poskytovat zvýhodněné poradenské služby i podnikatelům ze sektoru malého a středního podnikání. Tyto programy mají celostátní působnost.

CzechInvest je organizace zřízená MPO jako národní rozvojová agentura podporující restrukturalizaci průmyslu ČR.

Regionální poradenská a informační centra a podnikatelská a inovační centra (RPIC a BIC). Regionální poradenská a informační centra poskytují malým a středním podnikům cenově zvýhodněné úvodní konzultace a služby podnikatelského poradenství, pomoc při vytváření podnikatelských plánů a realizačních projektů, zprostředkování bankovních úvěrů, vytváření nových pracovních míst, poskytují informace o dalších možných programových podporách a podporách regionu, organizují vzdělávací semináře pro podnikatele apod.

CzechTrade je také organizace zřízená MPO jako agentura na podporu obchodu. Jejím hlavním cílem je prosazování a upevňování pozic českých exportérů na zahraničních trzích.

Dále to jsou Design centrum ČR, Národní vzdělávací fond, Centrum pro regionální rozvoj ČR a státní informační portály.

- nevládní organizace

Patří sem Hospodářská a agrární komora, obě komory založily Rozhodčí soud, Svaz obchodu ČR, Svaz průmyslu a dopravy ČR, Sdružení podnikatelů ČR, Centrum pro evropskou integraci, Inovační podnikání.

Asociace malých a středních podnikatelů a živnostníků ČR je dobrovolným účelovým a profesním sdružením právnických osob, které působí v různých průmyslových oborech. Asociace si klade za cíl realizovat řadu činností týkajících se malých a středních podniků. Svým vlivem chce přispívat k rozvoji malého a středního podnikání zejména cestou: zlepšování podnikatelského prostředí, dostupnosti finančních prostředků, nabídky širších a kvalitnějších informací, reprezentování zájmu svých členů vůči vládním institucím i v zahraničí.

- privátní organizace

Finanční programy podpory podnikání

- vládní podpora podnikání

Malé a střední podniky mají možnost získat podpory z prostředků státního rozpočtu pro své podnikatelské záměry. Konkrétní podoba podpory může mít formu záruk za bankovní úvěry, za leasing a návrhy na účast v obchodní veřejné soutěži, příspěvku na úhradu úroků z bankovních úvěrů, úvěrů se sníženou úrokovou sazbou, návratné finanční výpomoci, příspěvků a dotací.

Klíčovými vládními institucemi na podporu malých a středních podniků jsou Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR, které nabízí zpravidla plošné programy podpory a Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, které nabízí obvykle programy regionálního rozvoje. Dále existují programy iniciované Ministerstvem práce a sociálních věcí ČR, projekty zaměřené na ochranu životního prostředí podporované Státním fondem životního prostředí nebo programy Ministerstva zemědělství ČR.

Českomoravská záruční a rozvojová banka, a.s. je bankovní institucí, která vedle řady běžných bankovních služeb je pověřena realizací finančních podpor z úrovně státu, resp. Strukturálních fondů.

- vládní podpora exportu (Česká exportní banka, a.s., Exportní garanční a pojišťovací společnost, a.s.)
- privátní služby

Finanční produkty z privátních zdrojů jsou realizovány na komerčním principu a v rozhodující většině je nabízejí banky se zaměřením na financování podnikatelských aktivit malým a středním podnikatelům. [2]

1.1.7 Malé a střední podnikání v evropském prostoru

Rozšíření EU má řadu dopadů pro stávající země i pro nové členské státy. Je zřejmé, že v případě ekonomických dopadů půjde jak o pozitivní, tak o negativní změny, které se neprojevují okamžitě, neboť ekonomický systém se vyznačuje značnou setrvačností. V případě malých a středních podniků sice na jedné straně rozšíření EU znamená zvětšení tržního prostoru, ale mnohem závažnější skutečností je, že roste riziko nástupu konkurence nejen ve výrobní sféře, ale i v oblasti služeb. Strukturální a regionální politika zaujímá jedno z dominantních postavení v rámci celkové hospodářské politiky EU. Reaguje se tak na základní principy fungování Společenství platné od založení, které předpokládají posilování hospodářské a sociální soudržnosti v rámci všech sdružených zemí.

V tomto smyslu je úsilí EU zaměřeno především na snižování rozdílů mezi jednotlivými regiony EU, což v praxi znamená, že je podporován rozvoj nejvíce znevýhodněných regionů, venkovských oblastí členských zemí.

Cíle strukturální a regionální politiky EU v současnosti lze spatřovat v následujících směrech:

- rozvoj regionů, jejichž úroveň zaostává – programy podpory jsou směřovány do regionů v rámci nomenklatury NUTS 2⁷, jejichž HDP na obyvatele, měřený paritou kupní síly a vypočtený na základě údajů za Společenství za poslední tři léta, je menší než 75 % průměru společenství,

⁷ Systém správního členění v rámci regionální politiky EU (NUTS 1, NUTS 2, NUTS 3)

- podpora hospodářské a společenské přeměny oblastí – předmětem podpory jsou regiony, ve kterých dochází ke strukturálním přeměnám v průmyslu, službách, upadající venkovské oblasti apod.,
- podpora přizpůsobování a modernizace politiky a systému vzdělávání, školení a zaměstnanosti – tento cíl podpory není vázán na podporu zaostalých regionů, ale je určen pro podporu opatření týkajících se lidských zdrojů. Záměrem je napomáhat adaptovat a modernizovat systém zaměstnanosti, vzdělání, odborného výcviku a vzdělávacích programů.

Pro účely realizace strukturální politiky EU jsou určeny čtyři strukturální fondy:

- Evropský fond regionálního rozvoje,
- Evropský sociální fond,
- Evropský zemědělský usměrňovací a záruční fond,
- Finanční nástroj pro podporu rybolovu.

Vedle strukturálních fondů existuje ještě Kohezní fond (Fond soudržnosti), poskytuje prostředky pro členské země, které nedosahují 90 % průměrné úrovně HDP na obyvatele EU a které usilují o splnění maastrichtských kritérií vstupu do Hospodářské a měnové unie. Z úrovně státních orgánů musí být zpracován a EU schválen Národní rozvojový plán, na který navazují operační programy. Plán a programy by měly naznačit a zdůvodnit základní směry podpor z unijních fondů.

Žadatelé o podporu z unijních fondů musí připravit vhodné projekty a tyto formálně správně specifikovat na příslušných formulářích žádosti o podporu. [2]

2 Právní formy podniků

Podniky lze třídit podle velkého množství hledisek. Základním třídícím znakem podniků je obvykle právní forma vlastnictví. Nyní se podrobněji zaměřím na toto třídění podniků, zvláště pak na podnik jednotlivce a živnost.

Obchodní zákoník připouští následující právní formy podnikání:

- podnikání fyzických osob
- podnikání právnických osob

Podnikání fyzických osob,

jedná se o:

- osoby podnikající na základě živnostenského oprávnění, tj. vlastníci živnostenský list nebo koncesní listinu,
- osoby zapsané v obchodním rejstříku,
- osoby podnikající na základě jiného oprávnění podle zvláštního předpisu,
- soukromě hospodařící zemědělce zapsané v evidenci.

Fyzické osoby se zapisují do obchodního rejstříku buď na vlastní žádost, nebo povinně, podle podmínek stanovených obchodním zákoníkem. [2]

Podnikání právnických osob [2]

Obchodní zákoník definuje následující právnické osoby (všechny typy právnických osob musí být zapsány do obchodního rejstříku):

- osobní společnosti,
- kapitálové společnosti
- družstva.

2.1 Podniky jednotlivce

Podnik jednotlivce (fyzické osoby) je vlastněn jednou osobou. Pro podnikání v menším rozsahu má dvě výhody, k jeho založení stačí i menší kapitál a jeho regulace ze strany státu je minimální.

Hlavními nevýhodami je obtížný přístup ke kapitálu, neomezené ručení za dluhy společnosti a omezená životnost firmy daná délkou života majitele. Podniky jednotlivce mají obvykle formu živnosti.

Tou se rozumí pravidelná výdělečná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost a vlastní riziko za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených zákonem o živnostenském podnikání⁸. Živnost může provozovat fyzická nebo právnická osoba. Aby se jednotlivec mohl stát živnostníkem, musí splňovat řadu podmínek vyplývajících ze zákona:

- ověřit, zda splňujeme všeobecné a případně i zvláštní podmínky pro provozování živnosti,
- zjistit, do jaké skupiny živností patří činnost, kterou chceme vykonávat. [3]

Všeobecné podmínky⁹ pro provozování živnosti jsou celkem čtyři: dosažení věku 18 let, způsobilost k právním úkonům, bezúhonnost, předložení dokladu o tom, že fyzická osoba nemá vůči územním finančním orgánům státu daňové nedoplatky.

Zvláštními podmínkami provozování živnosti jsou odborná nebo jiná způsobilost.¹⁰ Způsobilost se prokazuje u řemeslných živností dokladem o vyučení a praxi, u vázaných živností dokladem o zvláštní odborné způsobilosti, o dosaženém středoškolském nebo vysokoškolském vzdělání a odborné praxi. K provozování koncesovaných živností je nutno prokázat odbornou způsobilost a splnění podmínek podle zvláštního zákona. Podnikatel, který je fyzickou osobou a nesplňuje zvláštní podmínky provozování živnosti, je povinen ustanovit odpovědného zástupce. [2]

Z hlediska odborné způsobilosti rozděluje živnostenský zákon živnosti na ohlašovací a koncesované.

Živnosti ohlašovací mohou být při splnění stanovených podmínek provozovány na základě ohlášení. Jsou to:

⁸ § 2 zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, v aktuálním znění.

⁹ § 6 zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, v aktuálním znění.

¹⁰ § 7 zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, v aktuálním znění.

- živnosti řemeslné, kdy odborná způsobilost je získána vyučením v oboru a praxí (zámečnictví, opravy silničních vozidel, hodinářství, truhlářství, řeznictví a uzenářství, zednictví, hostinská činnost),
- živnosti vázané, kdy odborná způsobilost je stanovena pro každou živnost samostatně. Provozování těchto živností vyžaduje získání průkazu způsobilosti,
- živnosti volné, kdy odborná způsobilost není stanovena.

Živnosti ohlašovací mohou být při splnění stanovených podmínek provozovány na základě ohlášení. Jsou to:

- živnosti řemeslné, kdy odborná způsobilost je získána vyučením v oboru a praxí (zámečnictví, opravy silničních vozidel, hodinářství, truhlářství, řeznictví a uzenářství, zednictví, hostinská činnost),
- živnosti vázané, kdy odborná způsobilost je stanovena pro každou živnost samostatně. Provozování těchto živností vyžaduje získání průkazu způsobilosti,
- živnosti volné, kdy odborná způsobilost není stanovena.

Živnosti koncesované se mohou vykonávat jen na základě tzv. koncese (povolení), kterou uděluje živnostenský úřad. Její udělení vyžaduje, aby uchazeč měl požadované vzdělání, absolvoval speciální kurzy apod.

Podle předmětu podnikání se živnosti dělí na obchodní, výrobní a poskytující služby.

Průkazem o právu vykonávat živnost je živnostenský list nebo koncesní listina. Vydává je živnostenský úřad, ten vede tzv. živnostenský rejstřík,¹¹ kam zapisuje podnikatele, kteří mají živnost v územním obvodu jeho působnosti. [3]

2.2 Osobní společnosti

Jejich obecnou charakteristikou je to, že jsou vytvořeny a vlastněny dvěma nebo více osobami, které se dělí o zisky a společně jsou odpovědné za všechny ztráty. V České republice existují dvě formy osobních společností:

¹¹ Živnostenský rejstřík je dostupný online na webových stránkách <http://www.rzp.cz/>

- veřejná obchodní společnost¹²
- komanditní společnost.¹³

Veřejná obchodní společnost je sdružení nejméně dvou podnikatelů, kteří podnikají pod společným jménem, jehož součástí musí být označení „veřejná obchodní společnost“. Společnost je právnickou osobou a zapisuje se do obchodního rejstříku. Společníci vkládají do společnosti peněžité i nepeněžité vklady, které se stávají majetkem společnosti. Za závazky společnosti ručí veškerým svým majetkem. Obchodní vedení je v rukou všech společníků, pokud se ve společenské smlouvě nedohodli jinak.

Komanditní společnost je obchodní společností, kterou zakládají dva nebo více společníků, z nichž jeden nebo více společníků ručí za závazky společnosti do výše svého vkladu (tzv. komandisté) a jeden nebo více společníků ručí celým svým majetkem (tzv. komplementáři). Postavení komplementářů je podobné jako společníků ve veřejné obchodní společnosti, postavení komandistů se blíží postavení společníků ve společnosti s ručením omezeným. Obchodní řízení firmy přísluší pouze komplementářům, komandisté mají pouze kontrolní pravomoc. Zisk se rozděluje podle společenské smlouvy. [3]

2.3 Kapitálové společnosti

Jejich charakteristickým rysem je kapitálová účast společníků, nikoli jejich osobní účast na podnikání nebo řízení společnosti. Společníci ručí za závazky společnosti jen do výše svého vkladu. Formami kapitálové společnosti v České republice jsou:

- společnost s ručením omezeným,¹⁴
- akciová společnost.¹⁵

Společnost s ručením omezeným může být založena fyzickými nebo právnickými osobami. Společnost odpovídá za své závazky veškerým svým majetkem, společník však jen do výše svého vkladu zapsaného v obchodním rejstříku. Nejvyšším orgánem společnosti je valná hromada, statutárním orgánem je jednatel nebo jednatelé.

¹² § 76 - 92e zákona č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, v aktuálním znění.

¹³ § 93 - 104e zákona č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, v aktuálním znění.

¹⁴ § 105 - 153e zákona č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, v aktuálním znění.

¹⁵ § 154 - 220zb zákona č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, v aktuálním znění.

Minimální výše základního kapitálu je 200 tis. Kč.

Akciová společnost je kapitálovou společností, ve které je základní jmění rozvrženo na určitý počet akcií o určité nominální hodnotě. Akciová společnost odpovídá za své závazky celým svým jměním, akcionář za závazky společnosti neručí. V České republice valná hromada obvykle volí dva orgány, statutární orgán, kterým je představenstvo a dozorčí radu, která je nejvyšším kontrolním orgánem společnosti. Minimální hranice základního kapitálu je 2 mil. respektive 20 mil. Kč. [3]

2.4 Družstva

Družstvo¹⁶dle Vebera a kolektivu [2] není výlučně jen podnikatelským subjektem. „*Družstvo je společenstvím neuzavřeného počtu osob založeným za účelem podnikání nebo zajišťování hospodářských, sociálních anebo jiných potřeb svých členů*“. Družstvo v ČR musí mít nejméně pět členů (to neplatí, jsou-li jeho členy alespoň dvě právnické osoby). Družstvo je právnickou osobou, která za své závazky ručí celým svým jměním. Členové za závazky družstva neručí. Výše základního kapitálu se stanovuje ve stanovách, nejméně musí činit 50 tis. Kč. Orgány družstva jsou členská schůze, představenstvo a kontrolní komise. [3]

2.5 Veřejné (státní) podniky

Veřejnými (státními) podniky jsou obecně organizace, které zajišťují některé důležité služby, jako je železniční a vodní doprava, správa silnic, pošta, rozhlas, televize, radiokomunikace, nebo zajišťují výrobu a těžbu některých důležitých statků, jako je elektřina, uhlí, zbraně. Tyto organizace jsou buď zcela ve vlastnictví státu nebo územně správních celků, nebo tzv. smíšeném vlastnictví (část patří soukromým vlastníkům). Tato sféra může být, a v některých státech je, zcela zajištěna soukromými podniky. Stát ovšem zajišťuje některé služby, jako je obrana státu, bezpečnost, ochrana zdraví a životního prostředí, vzdělávání, ale i budování infrastruktury aj. Tyto činnosti jsou zajišťovány neziskovými organizacemi. Do neziskových organizací patří:

- rozpočtové organizace,

¹⁶ § 221 – 260 zákona č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, v aktuálním znění.

- příspěvkové organizace,
- občanská sdružení,
- nadace. [2]

2.6 Kritéria volby právní formy

Kritérii, podle nichž lze právní formu volit, je celá řada, podle Vebera a kolektivu [2] to jsou:

- minimální velikost základního kapitálu,
- počet osob potřebných k založení,
- obtížnost založení,
- míra právní regulace činnosti,
- zastupování podnikatelského subjektu navenek, případně povinně vytvářené orgány společnosti,
- ručení podnikatele za závazky vzniklé podnikatelskou činností,
- rozsah plánovaných podnikatelských aktivit,
- obor činnosti,
- míra vlastní angažovanosti a odpovědnosti,
- míra zdanění vytvořeného zisku,
- povinný audit účetní závěrky a požadavky na vedení účetnictví,
- povinnost zveřejňování údajů z účetní závěrky v obchodním rejstříku,
- flexibilita právní formy a obtížnost případné transformace na jinou právní formu, povinnosti při přerušení či ukončení činnosti podnikatelského subjektu.

2.7 Proces založení podniku jednotlivce

Proces zakládání podniku jednotlivce můžeme popsat takto:¹⁷

- 1) Ověření o jakou živnost se jedná.

¹⁷ dostupné informace na <http://www.jakpodnikat.cz/jak-zacit-podnikani.php>

- 2) Na živnostenském úřadě vyplníme jednotný registrační formulář. Tím provedeme najednou všechna potřebná ohlášení a registrace - na zdravotní a sociální pojištění, daň z příjmu a případně další daně, a případně ohlásíme živnost. Výpis z rejstříku trestů nepotřebujeme, úřad si vše zjistí sám.
- 3) Zjistíme, zda musíme platit zálohy na pojištění. Jestliže máme podnikání jako hlavní činnost, musíme od počátku podnikání platit měsíčně zálohy na zdravotní pojištění i sociální pojištění.
- 4) Daňová evidence a další evidence. Během roku schováváme doklady a z nich uděláme buď daňovou evidenci (musíme schovávat všechny doklady) nebo evidenci příjmů, budeme-li uplatňovat paušální výdaje (stačí schovávat příjmové doklady a vydané faktury). Pokud jsme se zaregistrovali jako plátcí daně z přidané hodnoty (DPH), vedeme také evidenci podle zákona o DPH, a to čtvrtletně.

3 Podnikatelský plán

3.1 Definice podnikatelského plánu a jeho využití

Zpracování podnikatelského plánu má rozhodující význam zejména pro začínající podnikatele nebo při zakládání nového podniku. Začínajícímu podnikateli nebo podnikateli připravujícímu zahájení nového podnikatelského projektu pomůže příprava podnikatelského plánu ujasnit si a kriticky přezkoumat cíle a strategie vlastního podnikání, upřesnit podnikatelský záměr a jeho přednosti. [4]

Podnikatelský plán má zpravidla dvojí využití. Jednak je to určitý vnitřní dokument, který slouží jako základ vlastního řízení firmy. Značný význam však má i externí uplatnění podnikatelského plánu v případě, že firma hodlá financovat investiční program zčásti nebo zcela pomocí cizího kapitálu, případně se uchází o některý druh nenávratné podpory. V tomto případě je totiž třeba přesvědčit poskytovatele kapitálu o výhodnosti a nadějnosti projektu, na jehož financování se tento kapitál použije. Kvalitně zpracovaný podnikatelský plán může pak významně podpořit získání potřebného kapitálu. [5]

Asi nejjednodušší definice podnikatelského plánu je podle Srpové [6], která podnikatelský plán definuje jako „písemný dokument, který popisuje všechny podstatné vnější a vnitřní okolnosti související s podnikatelskou činností.“

Wupperfeld [4] popisuje podnikatelský plán obsáhleji jako „*koncepci podniku v písemné podobě, která obsahuje cíle a strategie podniku, podnikatelský záměr a jeho přednosti, vymezení trhu, cílových skupin a konkurentů, další kroky budování podniku, plánování obratu, hospodářského výsledku a financování. Těžištěm podnikatelského plánu jsou přitom kvalitativní vyjádření k perspektivě podniku, jeho rozvojovým možnostem, ale také k očekávaným rizikům.*“

Dobrý podnikatelský plán by měl splňovat tyto požadavky:

- být stručný a přehledný,
- být jednoduchý (srozumitelný),
- být logický,

- demonstrovat výhody produktu či služby pro uživatele, resp. zákazníka,
 - orientovat se na budoucnost,
 - být co nejvěrohodnější, pravdivý a realistický,
 - nebýt příliš optimistický z hlediska tržního potenciálu,
 - nebýt však ani příliš pesimistický,
 - nezakrývat slabá místa podniku,
 - respektovat rizika,
 - upozornit na konkurenční výhody projektu, na silné stránky firmy a na kompetenci manažerského týmu,
 - pro produkt by měl existovat dostatečně velký trh,
 - marketingová strategie musí být promyšlená a perspektivní,
 - prokázat schopnost firmy hradit úroky a splátky,
 - získat zpět vynaložený kapitál s patřičným zhodnocením,
- být zpracován kvalitně i po formální stránce. [2], [5]

3.2 Typy plánů

Máme několik typů podnikatelských plánů. Co se týče rozsahu a formy, můžeme rozlišovat tyto varianty podnikatelských plánů [13]:

- Prezentace ve výtahu (Elevator Pitch)* – nemusí být v písemné podobě, jde o verbální prezentaci, která trvá do jedné minuty.
- Executive summary* – jedná se o písemný dokument o maximální délce A4, který shrnuje celý podnikatelský záměr. Měli bychom ho mít pořád k dispozici.
- Zkrácený podnikatelský plán* – jde o kratší a povrchnější verzi plného podnikatelského plánu. Má objasnit naše záměry, ale na druhou stranu uchovat obchodní tajemství.
- Plný podnikatelský plán* – detailní vypracování podnikatelského plánu.
- Internetová verze* – elektronická verze, která je k dispozici na webových stránkách nebo kterou zasíláme prostřednictvím e-mailu.

Koráb [7] představuje základní typologii plánů z hlediska funkčních oblastí, z hlediska termínování a dle doby využití.

Dělení dle funkčních oblastí

Dle jednotlivých podnikových funkcí rozlišujeme:

- *Marketingové plány*
 - Jak mohu získat zákazníky?
 - Za jakou cenu?
 - Jakým druhem reklamy?
- *Výrobní (obchodní) plány*
 - Jak má vypadat zázemí pro poskytované služby?
 - Jaké stroje a vybavení budou potřeba? V jakém množství?
 - Jak budete kontrolovat odpady a kvalitu služeb?
 - Jaké legislativní požadavky musí podnik splňovat?
- *Organizační plány*
 - Jaké druhy znalostí a dovedností budete potřebovat pro podnikání?
 - Jaké jsou znalostní požadavky na personál?
 - Jak bude vypadat organizační struktura podniku?
 - Jak bude zabezpečen tok informací ve firmě?
- *Finanční plány*
 - Kolik finančních prostředků budete potřebovat pro zahájení podnikání?
 - Kolik finančních prostředků bude přitékat a odtékat (tj. cash-flow)?
 - Jaký bude stav majetku a jeho krytí na začátku a konci prvního roku?
 - Jaké budou vaše osobní příjmy z podnikání?
 - Jak budete financovat podnikání a odkud budou pocházet finanční zdroje?
- *Plány řízení kvality*
- *Plány výzkumu a vývoje*
- *Počítačové plány*

Dělení z hlediska termínování

- *Krátkodobé (operativní plány)*
- *Střednědobé (taktické plány)*

- *Dlouhodobé* (strategické plány)

Dělení dle doby využití

Podnikatelské plány využíváme zejména v následujících čtyřech obdobích:

- *Start-up* (zahájení podnikání)
 - živnost - podnikatelské plány jsou jednodušší a nejsou tak propracované. V tuzemsku v mnoha případech nejsou zpracovávány vůbec, nebo teprve až živnostníka požádá o zpracování podnikatelského plánu banka při žádosti o úvěr
 - větší podnik - zde jde již o profesionálnější přístup, podnikatelský plán je propracovanější a v mnoha případech je zpracováván externí profesionální poradenskou firmou nebo agenturou
- *Růst podniku*
- *Turnaround* (obrat k lepšímu)
- *Jiné příklady*

3.3 Struktura podnikatelského plánu

Na trhu působila, působí a bude působit nepřeborná řada firem, a to jak z hlediska velikostí, tak odvětví, právní formy, způsobu řízení apod. Proto není možné doporučit, ba dokonce nařídit pevnou strukturu podnikatelského plánu, která by vyhovovala všem firmám. Na druhou stranu i přes tyto rozdíly existují některé části plánu, které by se v něm měly vyskytovat bez ohledu na to, o jakou konkrétní firmu se jedná. [2]

3.3.1 Titulní strana

Podává stručný výklad o obsahu podnikatelského plánu. Obvykle by zde měly být uvedeny údaje jako název a sídlo společnosti, jména podnikatelů a kontakty (telefon, e-mail), popis podniku a povaha podnikání či způsob financování a jeho struktura. [7]

3.3.2 Exekutivní souhrn

Nejedná se o úvod ale stručné shrnutí nejdůležitějších bodů.

Po přečtení exekutivního souhrnu by mělo být pro čtenáře vše srozumitelné a lehce pochopitelné, ale na druhou stranu by to v nich mělo vzbudit chuť, přečíst i zbytek plánu. Proto musíme sepsat tuto část velmi pečlivě a formulovat vše stručně a přesně. Záměrem je vystihnout hlavní cíle podniku a cesty k jejich dosažení.

Dle Srpové [6] je doporučeno v rámci exekutivního souhrnu uvést přehlednou tabulku s těmito základními informacemi:

- *Podnikatelský záměr* – stručné popsání předmětu podnikání, nabízených výrobků a služeb a příslušných trhů.
- *Faktory úspěchu* – uvést konkurenční výhody a v čem je podnikatelský záměr výjimečný, popř. osobní předpoklady managementu.
- *Podnikové cíle* – popsat podnikatelskou vizi a objasnit cíle a možnosti podniku.
- *Ekonomické cílové veličiny a potřeba kapitálu* – uvést, jakého obratu a zisku chceme dosáhnout, kolik potřebujeme kapitálu a jak tento investovaný kapitál bude zhodnocen.

3.3.3 Popis podniku a poskytované služby

V této části je stručně popsán celý zakládaný podnik a produkt či služba. Mělo by zde být uvedeno datum založení podniku, předmět činnosti, zákonná forma, umístění, velikost podniku, majitelé popř. klíčové osobnosti, hlavní produkt/služba a motivace k jeho založení. U podniků, které již existují, se zmíní jejich minulost, dosažené dílčí úspěchy a zásadní změny. Tato část by měla obsahovat pouze fakta a ověřené údaje.

Význam umístění podniku závisí na jeho typu. Pro poskytovatele služeb to je nesmírně důležité. Musí se zohlednit celková dostupnost podniku.

Je třeba definovat strategii podniku, jeho cíle a jak k nim chceme dojít. Cíle by měli být vyjádřeny stručně a jasně. Kromě cílů musíme objasnit, jakými způsoby této strategie dosáhneme a jaké zdroje máme k dispozici.

Dále bychom měli uvést charakteristiku majitelů popř. důležitých osob v podniku. Uvádí se jejich dosažené vzdělání, praktické zkušenosti a úspěchy. Životopisy těchto osob můžeme vložit do přílohy podnikatelského plánu.

Důležité je popsat službu, kterou poskytujeme, a v čem jsme lepší než naše konkurence. Služba musí přinášet samozřejmě užitek pro zákazníka. V současnosti vládne tvrdá konkurence, a proto musí být nový podnik lepší než ostatní. Musí tedy přijít s výhodnější nabídkou, profesionálnějším přístupem nebo lepší koncepcí.

3.3.4 Analýza trhu a konkurence

Hlavní příčiny růstu, poklesu a dalších dlouhodobých změn fungování podniku jsou většinou dány především vlivem faktorů okolí a teprve na druhém místě jeho vnitřním stavem.

Strategická analýza okolí je proces, pomocí něhož monitorujeme okolí firmy, a zjištěné skutečnosti vyhodnocujeme tak, abychom nakonec byli schopni určit příležitosti a hrozby, které jednotlivé faktory okolí podniku představují. Analýza vnějšího prostředí by měla být zaměřena především na odhalení vývojových trendů, které mohou firmu v budoucnu význačněji ovlivňovat.

Analýzu okolí podniku můžeme rozdělit na analýzu makrookolí (obecného okolí) a na analýzu mikrookolí (oborového okolí). Do makrookolí spadají např. ekonomické, sociální a přírodní faktory, do mikrookolí zákazníci, dodavatelé a konkurenti. [1], [8]

Analýza makrookolí

Makrookolí zahrnuje celkový politický, ekonomický, sociální a technologický rámec, v němž se podnik pohybuje. Podnik zde prakticky nemá možnost aktivně stav tohoto okolí ovlivňovat, avšak může svým rozhodováním na ně aktivně reagovat, připravit se na určité alternativy, a tím ovlivnit nebo změnit směr svého vývoje. Vhodným způsobem jak toto okolí analyzovat je tzv. PEST analýza, která zahrnuje politické a legislativní faktory, ekonomické faktory, sociální a demografické faktory a faktory technologické. [9]

Tab. 2. PEST analýza

Politické/právní	ekonomické	Socio-kulturní	technologické
Legislativa regulující podnikání	HDP, ekonomický růst (obecný či určitého odvětví), výdaje spotřebitelů	Rozdělení příjmů	Vládní výdaje na výzkum
Legislativa určující zdanění (podniků, jednotlivců)	Monetární politika (úrokové sazby)	Demografické faktory (např. věková struktura obyvatelstva, pohlaví, velikost rodiny, povolání, stárnutí obyvatelstva)	Zaměření průmyslu na zlepšení technologií
Předpisy pro mezinárodní obchod	Vládní výdaje	Pracovní mobilita	Nové objevy, patenty, vývoj nových technologií
Ochrana spotřebitelů	Politika proti nezaměstnanosti (minimální mzda, výhody v nezaměstnanosti)	Změny životního stylu (práce z domova, více volného času)	Míra technologického opotřebení
Pracovní právo	Zdanění (vliv na příjem spotřebitelů, na spoření)	Postoje k práci a volnému času	Spotřeba energie a náklady na energii
Předpisy a regulace upravující konkurenční prostředí, monopoly	Měnové kurzy (vliv na poptávku zahraničních zákazníků, vliv na náklady importovaného zboží)	Vzdělání	Vliv změn v informačních technologiích
Vládní rozhodnutí, ustanovení, nařízení	Inflace (vliv na náklady a prodejní ceny)	Móda a záliby, koníčky, módní výstřelky	Internet, satelitní komunikace
Předpisy Evropské unie, jiné mezinárodní právo či nařízení		Kulturní faktory mající vliv na způsob užití výrobku	
Předpisy na ochranu ochranných známek, patentů		Regionální rozdíly	
Předpisy na ochranu prostředí, recyklační nařízení	Zdroj: http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/management-msp/marketing-rizeni-msp-komplexni-analyza/1001663/45239/		

Analýza mikrookolí

Hlavní roli v analýze mikrookolí hraje zejména vymezení relevantního odvětví podniku a definování konkurenčních sil. Cílem analýzy je zjistit hlavní hybné síly, které v odvětví působí. Další důležitou věcí je odhadnout budoucí vývoj trendů. Podle Keřkovského a Vykypěla [8] je okolí podniku ovlivňováno především jeho konkurenty, dodavateli a zákazníky.

Sektor zákazníků

Podnik musí nejdříve zajímat, kdo jsou jeho zákazníci a jaké potřeby a očekávání tito zákazníci mají. Stejně tak by se měl zajímat, kdo může být jeho potenciální zákazník a jaké jsou základní trendy, které by tyto zákazníky mohly vést ke změnám požadavků a chování. Je třeba si uvědomit, že udržet si dosavadního zákazníka je zpravidla levnější než získat nového. Analýzu sektoru zákazníků je nutno zaměřit především na identifikaci zákazníka a na faktory, které ho ovlivňují při nákupu. Dále pak na faktory demografické a geografické.

Sektor dodavatelů

Je nutné zejména analyzovat dostupnost a náklady všech vstupů potřebných k výrobě a stabilitu dodávek. Relativní sílu dodavatelů vůči jejich zákazníkům lze dobře ohodnotit pomocí Porterova pěti faktorového modelu konkurenčního prostředí. Síla odběratele závisí hlavně na velikosti podniku, jak významnou část obchodu odběratel pro dodavatele představuje a jaké je zde konkurenční prostředí.

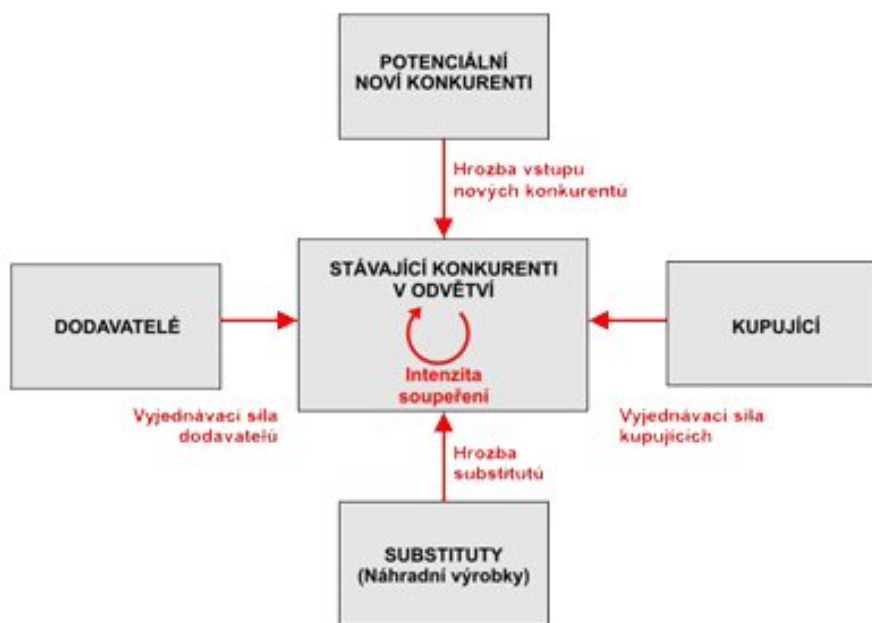
Sektor konkurentů

Analýza konkurentů hledá zejména odpovědi na následující otázky: Jaká je současná pozice naší firmy vůči konkurentům? Jak se konkurence mění a vyvíjí? Existence substitutů? Jaká je rentabilita odvětví vůči jiným srovnatelným odvětvím? Vstupují noví konkurenti nebo někdo opouští náš obor? V odvětví můžou existovat bariéry vstupu a výstupu do/z odvětví.

Vhodným nástrojem pro analýzu mikrookolí je již zmiňovaný Porterův pěti faktorový model konkurenčního prostředí. [8]

Porterův model konkurenčního prostředí

Tento model definuje podle Bowmana [10] pět základních faktorů, které určují pozici firmy v odvětví. Jak můžeme vidět v následujícím obrázku, jedná se o sílu kupujících, sílu dodavatelů, ohrožení ze strany potenciálních nových účastníků, ohrožení ze strany náhrad a konkurenční rivalitu.



Zdroj: <http://www.synext.cz/analyza-konkurence-jejich-uspesnych-a-neuspesnych-kroku-jejeho-potencialu.html>

Obr. 1. Porterův model konkurenčního prostředí

3.3.5 Výrobní (Obchodní) plán

Tato pasáž zachycuje celý výrobní proces. Pokud bude podnik realizovat část své výroby formou subdodávek, měli by zde být uvedeni i tito subdodavatelé včetně důvodů jejich výběru. Rovněž je nutné uvést informace o již uzavřených smlouvách. Pokud bude celou nebo i část výroby zajišťovat sám podnikatel, musí zde být uveden popis potřebných strojů a zařízení, dále také používané materiály a jejich dodavatelé. Nejedná-li se o výrobní podnik, bude se tato část nazývat „obchodní plán“ a bude obsahovat informace o nákupu zboží a služeb, potřebné skladovací prostory atd.

Pokud jde o oblast poskytování služeb, bude se tato část podnikatelského plánu týkat popisu procesu poskytování služeb, vazby na subdodávky a tím opět hodnocení vybraných subdodavatelů. [7]

3.3.6 Organizační plán

V této části podnikatelského plánu je popsána forma vlastnictví nového podniku. V případě obchodní společnosti je nutné detailněji rozvést informace o managementu podniku a dále dle příslušné právní formy údaje o obchodních podílech.

Jsou zde uvedeni klíčoví vedoucí pracovníci podniku, jejich vzdělání a praktické zkušenosti. Je určena nadřízenost a podřízenost vedoucích. Vše znázorňuje organizační struktura podniku. [7]

3.3.7 Marketingový plán

Dle Kotlera [11] účinný marketingový program propojuje všechny prvky marketingového mixu v jeden koordinovaný program, který je navržen tak, aby byla zákazníkovi poskytnuta co největší hodnota a byly splněny firemní marketingové cíle.

Vedení podniku sestavuje marketingový mix na základě dat získaných marketingovým výzkumem a s přihlédnutím k analýze makroprostředí, mikroprostředí a vnitřního prostředí podniku. Právě kvalita marketingového mixu je určující pro úspěch produktu na cílovém trhu. Vymezení cílové skupiny zákazníků neboli segmentu, musíme věnovat velkou pozornost. Měli bychom charakterizovat jejich nákupní zvyklosti a poznat jejich potřeby a požadavky. Následné předání obchodního poselství o výrobku či službě těmto zákazníkům je cílem marketingové komunikace. Marketingový plán by neměl být orientovaný pouze na současnost a blízkou budoucnost. Rovněž by měla být popsána představa o dalším rozvoji služby či rozšíření trhů.

Firemní marketingové plány se mohou lišit jeden od druhého, podle typu firmy, její velikosti, oblasti, ve které podniká, nebo podle toho, v jaké fázi vývoje se firma nachází. Jednotlivé kapitoly marketingového plánu níže uvedené by měly být dále více či méně rozpracovány právě podle charakteru podnikání.

Marketingový plán pro malou firmu by měl obsahovat následující kapitoly:¹⁸

Celkové shrnutí

Mělo by obsahovat stručné shrnutí firmy, a rovněž by měly být představeny hlavní cíle a strategie pro období, pro které je marketingový plán připravován. Je vhodné na začátku plánování do tohoto odstavce načrtnout představu, a následně ji rozpracovávat dále v následujících kapitolách plánu.

Situační analýza

Tato kapitola je věnována rozborům současnému stavu podnikání. Měli bychom důkladně analyzovat jak naši firmu a její nabídku, tak aktuální situaci na trhu (zákazníci, konkurence, vnější podmínky). Vhodné podklady pro tyto analýzy nám zajistí marketingový výzkum, kdy my sami nebo za pomoci externí firmy zjišťujeme potřebné informace o trhu. Pomocí tzv. SWOT analýzy (z angličtiny: S=strength, silná stránka, W=weakness, slabá stránka, O=opportunity, příležitost, T=threat, hrozba) pak můžeme analyzovat prakticky cokoli, postavení naší firmy na trhu, produkty, nebo třeba i kvalitu managementu firmy.

Marketingové cíle

V předchozím odstavci jsme podrobili analýze současný stav, a měli bychom tak získat dostatečně přesný obrázek o situaci naší firmy na trhu. Nyní bychom měli začít plánovat, stanovením cílů vlastně popisujeme budoucí stav naší firmy. Je důležité, aby naše cíle byly měřitelné a vyhodnotitelné, jinak se vystavujeme nebezpečí, že nebudeme vědět, zda jsme cíl splnili nebo ne.

Marketingová strategie

Jestliže situační analýza popisuje současný stav a marketingové cíle stav budoucí, pak marketingová strategie určuje, jak se do cílového stavu dostaneme, tj. co všechno musíme udělat pro to, abychom svých cílů dosáhli. Naše dlouhodobá strategie by měla obsahovat zejména definici našich klíčových zákazníků a způsob práce s nimi.

¹⁸ Dostupný z <http://www.promarketing.cz/view.php?cisloclanku=2002102803>

Marketingový mix (4P) obsahuje tyto pojmy:

- Product (produkt, služba),
- Place (místo prodeje, způsob distribuce),
- Price (cena),
- Promotion (propagace, výstižnější termín je zřejmě komunikační mix, tj. způsob naší marketingové komunikace se zákazníky).

Marketingový mix představuje konkrétní rozpracování naší strategie. Měli bychom zde popsat:

- Produkty a služby, které produkty budeme nabízet, jejich vlastnosti a výhody a jak budeme produkty a služby nabízet, zde je paleta možností velmi široká.
- Ceny, kde bychom měli určit cenovou politiku, platební podmínky atd.
- Propagaci, v závislosti na našich cílech zvolíme nejvhodnější skladbu ašeho komunikačního mixu tak, aby nás realizace našich marketingových aktivit dovedla s co možná nejvyšší pravděpodobností a co nejefektivněji (s rozumnými marketingovými náklady) ke splnění našich marketingových cílů.

Při zpracování této části bychom měli mít na paměti zejména naši konkurenci. Marketingový mix musíme poskládat tak, abychom získali konkurenční výhodu, jinak hrozí, že se zákazníci obrátí místo na nás na naši konkurenci.

Akční programy

Zde se již jedná se o rozpracování naší strategie do konkrétních aktivit a úkolů. Většina aktivit by se měla vztahovat ke komunikaci se zákazníky; mohou zde být ale rovněž začleněny další úkoly vyplývající z našich analýz a marketingového mixu. Pro jednotlivé aktivity je důležité co nejpřesněji popsat:

- co má být provedeno,
- co je cílem aktivity,
- kdo je za danou aktivitu zodpovědný,
- stanovit časový plán, kdy daná aktivita začíná a kdy končí,

- určit očekávané marketingové náklady.

Rozpočet

V rozpočtu stanovíte očekávané marketingové náklady, případně i marketingové tržby (např. poskytnete někomu reklamní prostor ve naší provozovně). Marketingové náklady se budou skládat z nákladů našich marketingových aktivit, potřebujeme-li mít celkový komplexní přehled o výdajích na prodej a marketing, můžeme do nich zahrnout i náklady na prodejní tým a administrativu spojenou s prodejem a marketingem.

Systém měření a kontroly

Zde popíšeme, jakým způsobem a v jakých intervalech budeme vyhodnocovat výsledky plnění cílů marketingového plánu.

Přílohy

V přílohách můžeme doplnit marketingový plán o výkazy, tabulky, výsledky marketingových výzkumů, organizační schémata apod. [14]

3.3.8 Finanční plán

Součástí finančního plánu by měl být podle Srpové [6] celkový rozpočet projektu, potřeba finančních prostředků, zdroje financování a popř. prokázat schopnost splácet cizí zdroje.

V případě zakládání podniku, si musíme uvědomit, že potřebujeme prostředky na založení tohoto podniku, prostředky na pořízení dlouhodobého majetku a prostředky na zahájení podnikatelské činnosti (nájem, mzdy, elektřina, nákup zboží atd.) To znamená potřebu finančních prostředků před obdržení první tržby. Po zjištění prostředků na zahájení činnosti musíme naplánovat množství prostředků na běžnou činnost. V prvním roce děláme propočty pro jednotlivé měsíce popř. čtvrtletí. V dalších letech stačí roční údaje.

Finanční výkazy

Bankéři a investoři si všímají zejména této části plánu, a proto bychom měli zvýšit naše úsilí při jeho tvorbě.

Jedná se o plán peněžních toků (Cash Flow), plánovaný výkaz zisku a ztrát a plánovanou rozvahu. Finanční výkazy bychom měli uvést v reálné, optimistické a pesimistické variantě.

- a) *Plán peněžních toků (Cash Flow)* – zde rozepíšeme předpokládané příjmy a výdaje, které souvisejí s naší činností. Na začátku (6 – 12 měsíců) vše rozpracujeme na měsíce, v dalších obdobích nám postačí roční údaje. Získáme tak informace, jestli budeme mít v jednotlivých obdobích dostatek finančních prostředků na realizaci našich záměrů.
- b) *Plánovaný výkaz zisku a ztrát* – tady jsou vyčísleny výnosy, náklady a hospodářský výsledek v jednotlivých letech. Výkaz ukazuje, zda nám vytvořená výše zisku umožní hradit plánované splátky úvěrů, úroky apod. Opět je výhodné rozpracovat první rok podrobněji.
- c) *Plánovaná rozvaha* – nám zobrazuje vývoj majetku podniku a z jakých zdrojů je financován. Je doporučováno sestavit počáteční rozvahu, rozvahu za první pololetí a v dalších obdobích vždy k 31.12.

Finanční plán může obsahovat i ukazatele, jako je rentabilita, likvidita, finanční stabilita, zadluženost a aktivita apod.

Analýza bodu zvratu

Analýza bodu zvratu se používá pro zjištění objemu produkce (v našem případě objemu služeb), při kterém se rovnají výnosy a náklady. Doporučuje se vypočítat opět pro reálnou, optimistickou i pesimistickou variantu. Pro výpočet bodu zvratu potřebujeme vědět, co jsou variabilní a fixní náklady.

- a) *Variabilní náklady* - se mění s objemem produkce (např. spotřeba materiálu, energie).
- b) *Fixní náklady* - zůstávají stejné, s objemem výroby se nemění (např. odpisy budov).

3.3.9 Hodnocení rizik

Každý podnikatelský plán v sobě nese určitou míru rizika, že se reálné výsledky budou lišit od těch očekávaných. Proto by měl podnikatelský plán obsahovat analýzu rizik, která by předcházela negativním dopadům, jež způsobí vývoj rizikového faktoru. Hodnocení rizik lze provádět pomocí různých nástrojů, díky kterým bychom měli jednotlivé rizikové faktory rozpoznat a ohodnotit. Dalším našim úkolem je připravit varianty scénářů a strategií, jak by měl podnik na vzniklá rizika reagovat a jak je zvládnout. Čím pečlivěji provedeme analýzu rizik, tím můžeme podnikatelský plán považovat za bezpečnější. [7]

Podle Korába, Peterky a Režňákové [7] existují čtyři klíčové kroky, jak řídit riziko:

- 1) *Identifikace rizikových faktorů* – musíme důsledně promyslet, z jakých důvodů se náš záměr může vyvyjet jinak, než chceme. Težší je samozřejmě odhadnout riziko externí než riziko, které může vzniknout uvnitř podniku. Mezi rizikové faktory patří podle Srpové [6] například změny chování zákazníků, legislativní změny, obrat v chování a reakcích konkurentů a slabé stránky podniku.
- 2) *Kvantifikace rizik* – za pomoci vhodných technik, ale i selského rozumu, provést číselné vyjádření rizika. Zkusíme odhadnout pravděpodobnost výskytu rizikového faktoru a odvodit možné dopady.
- 3) *Plánování krizových scénářů* – příprava plánů, strategií, postupů a procedur v případě projevení se rizika a jeho negativních dopadů. Součástí tvorby krizových scénářů by měla být také jednoduchá finanční analýza dopadů různých variant na podnik. To nám umožní lepší výběr možných postupů.
- 4) *Monitoring a řízení* – znamená průběžnou kontrolu a sledování rizikových faktorů. Následně se rozhoduje o zvolení správných opatřeních, které odstraní nebo alespoň sníží negativní důsledky.

Srpová [6] uvádí další dva nástroje analýzy rizik, kterými jsou expertní hodnocení a analýza citlivosti.

3.3.10 Závěr a hodnocení projektu

V této části se provádí celkové zhodnocení podnikatelského plánu. Vyhodnocuje se ekonomická efektivnost plánovaného a uvádějí se základní poznatky z předchozích částí plánu.

Pro hodnocení ekonomické efektivnosti plánovaného záměru můžeme využít metody pro hodnocení investic. Potřebné informace pro výpočet těchto metod nalezneme v účetních výkazech (peněžní toky, výsledovka, rozvaha).

Mezi tyto metody patří například:

- výpočet rentability (výnosnosti) investic,
- výpočet doby návratnosti investic,
- metoda čisté současné hodnoty,
- metoda vnitřního výnosového procenta.

Pozornost této části plánu věnují zejména potenciální investoři a také finanční instituce. Měli bychom zde shrnout, co od investora požadujeme, jak jeho investici použijeme, a jaký podíl nebo co mu za to nabízíme. Na závěr je dobré uvést a vyzdvihnout přednosti našeho podnikatelského záměru.

3.3.11 Přílohy

Zde jsou obvykle uvedeny informativní materiály, které nelze začlenit do samotného textu podnikatelského plánu. Na jednotlivé přílohy by však měly být v textu odkazy. Příkladem takových informativních materiálů může být korespondence se zákazníky, dodavateli, dále potom informace z primárního výzkumu, výpisy z obchodního rejstříku, fotografie produktů, výsledky průzkumu trhu aj. [7]

4. Kryoterapie

Jedna z hlavních poskytovaných služeb podniku bude kryoterapie, proto bych tento pojem nyní objasnil.

Kryoterapie je velmi účinná léčebná metoda, během které se organismus na velmi krátkou dobu vystaví extrémně nízkým teplotám, které mohou klesnout až k $-150\text{ }^{\circ}\text{C}$, s následnou mírnou pohybovou aktivitou, jako je jízda na rotopedu, posilovna nebo cvičení. Terapie probíhá většinou ve speciálně upravených kryokomorách, nebo kryosaunách, kde je nízká teplota zajišťována kapalným dusíkem. Jistým paradoxem je, že i v tak „drsných podmínkách“, jimž je tělo na 1–4 minuty vystaveno pociťuje pacient díky nízké vlhkosti vzduchu relativně příjemný pocit.

Historie

Léčebné účinky chladného prostředí jsou známy již z doby starého Egypta a později Řecka, kde se léčbě chladem věnoval dokonce i Hippokratés. Velký rozkvět zaznamenala kryoterapie za doby napoleonských válek, kdy se velký počet těžkých zranění řešil amputacemi a na znecitlivění končetin se používali obklady ze sněhu a ledu. Počátek novodobé kryoterapie sahá zhruba k počátkům 20. století, kdy byla zkonstruována první kryokomora Japoncem Toshirou Yamauchim (1978). Rozvoj souvisí také s technickým pokrokem, který umožnil zkapalňování a dlouhodobé uchovávání plynů. O zdokonalení kryoterapie se postarali hlavně polští a němečtí odborníci.

Kryosauna

Kryosauna je válcová elastická kabina, v níž je elektronicky přesně nastavena a rovnoměrně udržována nízká teplota. Dno kabiny je možné elektronicky posouvat, takže hlava uživatele se v každém okamžiku nachází nad kabinou a uživatel dýchá teplý vzduch v místnosti.

Kryokomora

Kryokomora se skládá z komplexu předkomory s teplotou -40 až $-60\text{ }^{\circ}\text{C}$ a samotné hlavní komory, kde je teplota upravována až na $-150\text{ }^{\circ}\text{C}$. Toto zařízení se využívá pro poskytování celotělové terapie více osob najednou.

Pacienti nejprve stráví zhruba 1–2 minuty v předkomoře, kde se připravují na extrémní chlad následující komory. Poté vstupují na cca 1 až 4 minuty do hlavní komory.

Působením extrémně nízkých teplot na organismus, převážně pak na receptory chladu, spojené s rychlým ochlazením a následným ohřátím dochází k intenzivnímu prokrvení povrchových částí těla, jako je kůže, podkožní vazivo a šlacho-svalový aparát.

Rychlá změna teplot způsobí nárůst exkrece mnoha tělu prospěšných látek, jako jsou např. endorfiny a hormony kůry nadledvin, které působí protizánětlivě a analgeticky, a testosteronu, což může být atraktivní zejména pro sportovce, neboť tento jev je přímo spojen s nárůstem svalové hmoty. Dochází také k eliminaci toxických složek. Následná pohybová aktivita způsobuje bouřlivou látkovou výměnu spojenou s vyloučením jedů, volných radikálů a kyseliny mléčné, které způsobují stárnutí a degeneraci buněk.

Kryoterapie – možnosti a způsoby jejího využití

Celková kryoterapie tj. působení chladu na celé tělo po dobu 2-4 minut při teplotě mínus 140 ° C (+ - 10 ° C) vyvolává u zdravých osob a u osob trpících revmatickými a degenerativními onemocněními pohybového aparátu množství neobvykle zajímavých účinků z léčebného hlediska (ale také z hlediska poznávacího), množství klinických, hormonálních a biochemických účinků. Zákrok je specifickým protikladem finské sauny.

Účinek nízkých teplot na lidský organismus je následující:

- Vynikající a užitečný vliv na psychiku nemocných – dochází k výraznému zlepšení nálady vlivem vyplavení hormonů – endorfinů.
- Subjektivní pocit výrazného snížení bolestivosti kloubů a povrchu těla, ale také pocit uvolnění a zmizení pocitu únavy.
- Uvolnění napjatých svalů kolem chorobně změněných kloubů. Výrazně se zvyšuje jejich síla, uvolňuje pocitové a pohybové vedení vzruchů v nervech.
- Vydatné zlepšení průtoku krve přes kůži a vnitřní orgány po příští kineziterapii – to znamená po zvýšené pohybové aktivitě po pobytu v kryokomoře vede k výraznému pocitu tepla, prokrvení a pocitu lehkosti a uvolnění.

Všichni „pacienti“, kteří absolvují nízkoteplotní léčbu v kryokomoře, jsou podrobeni vyšetření krevního tlaku.

Je proveden pohovor, který kromě otázek týkajících se základního onemocnění, prodělaných jiných onemocnění a užívání léků může vést také k možnému nedoporučení absolvování léčby chladem, kromě toho se zjišťuje i míra snášenlivosti chladu.

Několikaleté zkušenosti vedly k definování překážek, pro které není možné absolvovat léčbu chladem.

Absolutní překážky se dají shrnout takto:

- nesnášenlivost chladu,
- strach z uzavřených prostor – klaustrofobie,
- podchlazení organismu,
- Raynaudova nemoc,
- alergie na chlad,
- místní poruchy prokrvení,
- chudokrevnost,
- užívání některých léků – neuroleptik a alkoholu,
- snížená funkce štítné žlázy,
- onkologická onemocnění,
- těhotenství,
- infekční onemocnění.

Vyšetření a sledování onemocnění plic a srdce určili následující překážky, které ze strany oběhového systému nedovolují absolvovat celkovou kryoterapii:

- chyby chlopňového aparátu srdce (zúžení chlopní),
- ICHS při nedostatečnosti oběhu,
- těžké formy astmatu,
- poruchy srdečního rytmu a klidové srdeční frekvence nad 100 pulzů/minuta,
- plicní edém,
- vážné onemocnění plic.

U člověka s běžnými prodělanými nemocemi není žádná překážka v absolvování léčby chladem. Relativní kontraindikace jsou věk nad 65 let, překonána embolie plic, zvýšená potivost. Po proběhnutí vyšetření může následovat samotný vstup do komory.

Každý je poučen o nezbytnosti důkladného otření ručníkem kvůli odstranění potu, vzhledem k tomu, že v kryokomoře okamžitě dochází na povrchu těla k vytvoření krystalů ledu, což způsobuje u někoho prudký pocit chladu. Každý je informován o nezbytnosti pomalého mělkého dýchání přes masku, která je povinnou částí výbavy, která se skládá z dřeváků, rukavic, ponožek, čelenky přes uši a krátkých bavlněných kalhot u mužů a plavek, resp. Krátkých kalhot u žen. Takto oblečení po poučení a s doprovodným personálem najíždějí do předsíně komory, která slouží jako adaptační místnost, teplota zde dosahuje hodnoty -60°C . Po krátké adaptaci se prochází do hlavní komory, kde se teplota pohybuje v rozsahu -120 až -150°C . Pobyt v této komoře se pohybuje časově 2-4 minuty. Během pobytu se doporučuje pomalá chůze, většinou do kruhu, kde odvážnější mohou mezi sebou i komunikovat, popřípadě i v podřepu zjistit, že je poměrně značný rozdíl mezi teplotou u stropu komory a její podlahou. Během celého procesu pobytu v komoře jsou vzájemně ve vizuálním kontaktu pacienti s obsluhujícím personálem, ať už přímo vizuálním kontaktem přes okno komory, což je po psychické stránce podstatně lepší než sledování přes kamerový systém. Přímý kontakt s případnou potřebnou pomocí je po psychické stránce podstatně lepší. Vodní pára z vydechovaného vzduchu se mění na ledový prach, který padá k podlaze. Bezpečnost pobytu je zajištěna kontaktem a oboustranným sledováním se s osobou za sklem, ale i bezpečnostními dveřmi, které se otevírají na minimální tlak. Obecně během pobytu v komoře většinou nikdo nepocítuje chlad, spíše se jedná o pocit jemného pálení a tupého bodání v odkrytých částech těla. Výstižná je definice tzv. „Chladné pálení“. Po opuštění komory většina „pacientů“ udává pocit snížení napětí, uspokojení, jiní mluví o relaxu, o pocitu svěžesti a fyzického uvolnění. Mizí pocity bolesti, pocity únavy i když často byly před vstupem do komory podstatně silné. Tyto pocity přetrvávají několik hodin, někdy i déle. Druhým jevem, který je třeba zdůraznit, je pocit tepla, což je přirozené, protože rozdíl teploty mezi komorou a teplotou v místnosti, kde se nacházejí po vystoupení z chladu, je 150°C . Tento pocit lze přičíst prudkému rozšíření povrchových cév a tím výraznému prokrvení kůže, které je často sledovatelné i pohledem změnou zabarvení kůže-zarudnutí až mírně fialový nádech zbarvení pokožky, který je samozřejmě pouze přechodný, postupně kůže nabude původní barvu.

Zárok ochlazování celého těla u nikoho nezpůsobí žádný oběhový následek ve smyslu změny krevního tlaku, změny tepové frekvence, změny teploty jednotlivých orgánů v těle, nemění se ani parametry krevního oběhu v životně důležitých orgánech. Dá se říci, že celková kryoterapie nemění funkci zdravého, ale ani částečně postiženého srdce. Dýchací problémy v extrémním chladu jsou minimální, při zachování doporučení o způsobu dýchání ani pacienti s lehkou formou astmatu, která se rovněž dá léčit uvedenou léčbou, neudávali žádné obtíže, ba právě naopak udávali pocit lehkého a svobodného dýchání. Je však třeba upozornit, že všichni, kteří absolvují léčebný proces v kryokomoře, jsou povinni vyjádřit svůj souhlas s léčením v komoře. Po pobytu v kryokomoře si „pacienti“ uvědomují pocit úplného snížení napětí a zklidnění, svěžest a pocit fyzického uvolnění. Mizí všechny bolestivé stavy a pocit únavy. Někteří pociťují pocit blaženosti a euforie. Jsou známy stavy, kdy organismus dlouhodobě vystaven chladu se s tímto stresem vyrovnává tak, že postižený si ani neuvědomuje vliv chladu ani nebezpečí, které mu hrozí při delším působení nepříznivých vlivů na organismus.

Z historie jsou známa fakta, že během krutých mrazů se vojáci dostávali do jakési euforie. Popisují se stavy u lidí, které zachránili před umrznutím, že měli živé a barevné sny. Dnes je na to jednoduché vysvětlení – organismus na stres, který na něj působí, reaguje mimo jiné i vyplavováním látek, které mají následně stres likvidovat. Jsou to hormony – endorfiny známé také jako hormony štěstí, které mají několikanásobně silnější efekt než například morfium, katecholáty a kortizol – toto jsou látky, které se objektivně dají laboratorně v organismu změřit a mají za následek i pocity, které mají lidé po absolvování procedury v kryokomoře. Nemluvě ještě o jiných hormonech, které jistě budou zajímavé ve sportovní oblasti. Vždyť opakovaným pobytem v kryokomoře, což je i vědecky a prakticky dokázáno, dochází např. ke zvýšení hladiny testosteronu, což je pro sportovce značně významný hormon až na hranici dopingových hodnot a proto pobyt a regenerace v kryokomoře musí být u sportovců pod lékařským dozorem. I při pobytu v extrémně chladném prostředí se organismus vyrovnává s působením vnějšího prostředí tak, že prakticky se vnitřní tělesná teplota nemění, během pobytu v kryokomoře byla teplota měřená u sportovců v dutině ústní v rozmezí 36-37,2 ° C. Pobyt v kryokomoře tedy nevede k hypotermii, tj. k podchlazení. [15]

Praktická část

5 Podnikatelský plán K3 SPORTCENTRUM

5.1 Titulní strana

SUBJEKT

Jméno a příjmení: *Jakub Adam*

Datum narození: *3.3. 1986*

Občanství: *Česká republika*

Bydliště: *Vysoká 27, Jablonec n/N*

Identifikační číslo:

PROVOZOVNA

Název podniku: *K3 Sportcentrum*

Obor podnikání: *Služby*

Adresa: *Praha 5*

Identifikační číslo:

Kontaktní osoba: *Jakub Adam*

Telefon: *00420728116994*

www: *www.k3sportcentrum.cz*

e-mail: *info@k3.sportcentrum.cz*

5.2 Exekutivní souhrn

Podnik K3 SPORTCENTRUM hodlá nabízet spektrum sportovního vyžití a regenerace pro širokou veřejnost. Sportovní centrum se bude nacházet v městské části Praha 5 přímo na rušném Andělu, kde je vynikající dopravní dostupnost.

Pro založení sportovního a regeneračního centra jsem se rozhodl z důvodu mého pozitivního vztahu ke sportu a dle mého předpokladu, že stále více lidí chce něco dělat pro svůj zdravý životní styl. Sportovní a regenerační centrum se bude nacházet ve dvou patrech rohového domu přímo u tramvajových zastávek na Andělu. Podnik nabídne zákazníkům kvalitní fitness centrum, indoorcycling místnost a regenerační kryokomoru, jakož to u nás relativně novou metodu regenerace. Na kryoterapii bychom chtěli nalákat hlavně aktivní či vrcholové sportovce, ale také ostatní, kteří mohou využívat kryoterapii jako prevenci proti nejrůznějším nemocem a jako účinný prostředek na posílení imunitního systému. Fitness centrum by mělo být alternativou velkých sportovních komplexů pro ty, kterým se líbí raději menší sportoviště.

Analýza konkurence ukazuje, že podmínky pro založení podniku jsou relativně dobré. Podmínky na trhu s touto formou regenerace jsou příznivé a reálné.

Finanční zdroje potřebné pro zahájení činnosti budou hrazeny jak pomocí vlastního, tak cizího kapitálu. Jako cizí zdroj bude použit bankovní úvěr. Po realistickém odhadu tržeb by podnik již ve druhém roce mohl dosahovat zisk. Výpočet doby návratnosti investice je pro majitele optimistický. Po zvážení všech rizik si myslím, že úspěch tohoto podnikatelského záměru může být dosažitelný.

5.3 Popis podniku

K3 Sportcentrum bude nově vznikající sportovní a regenerační centrum. Služby, které bude podnik nabízet, jsou fitness centrum a kryoterapie. Na recepci bude možno využít posezení v menší kavárně. Fitness centrum bude menší pro osoby, kteří jej preferují před velkými sportovními centry jako je např. Holmes place. Pro využití kryoterapie bude nainstalována kryokomora.

Podnik K3 Sportcentrum bude podnik fyzické osoby provozován na základě živnostenského oprávnění.

5.3.1 Předmět činnosti

Předmětem činnosti je podle přílohy č.2 k zákonu č. 455/1991 Sb. o živnostenském podnikání „poskytování tělovýchovných a sportovních služeb v oblasti“ a „masérské, rekondiční a regenerační služby“. Tyto služby jsou zařazeny do živností ohlašovacích vázaných, kde je stanovena odborná způsobilost.

K provozování relaxačního centra a fitness centra potřebujeme znát některé právní náležitosti, které jsou potřeba pro provoz a poskytování tělovýchovných a sportovních služeb.

Právní aspekty založení podniku, poskytování tělovýchovných a sportovních služeb

Provoz fitness centra a kryokomory dle zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, spadá pod obor „poskytování tělovýchovných a sportovních služeb v oblasti“ a „masérské, rekondiční a regenerační služby“. Abych mohl poskytovat tyto služby, potřebuji k tomu vysokoškolské vzdělání nebo vyšší odborné vzdělání v oblasti tělesné kultury, tělovýchovy a sportu nebo osvědčení o rekvalifikaci či jiný doklad o odborné způsobilosti vydaný institucí akreditovanou Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy nebo jiným ministerstvem, do jehož působnosti patří odvětví, v němž je živnost provozována. Tento průkaz lze také získat po absolvování kurzu. Ohlašovatel vymezí předmět podnikání podle přílohy č. 5 k zákonu č. 455/1991 Sb. (§7 odst. 6), ve znění zákona č. 286/1995 Sb., v souladu s předloženými doklady o odborné způsobilosti.

5.3.2 Záměr, vize, cíle, strategie

Záměrem podniku je provozování fitness centra a kryokomory sloužící k regeneraci, vytvořit příjemné a kvalitní prostředí, kde se zákazníci budou cítit dobře.

Cílem podniku je dostat se na trh těchto služeb a poté udržet svoji pozici na trhu.

Krátkodobým cílem je dostat se do povědomí veřejnosti a dostat do centra co nejvíce zákazníků, aby se uhradily náklady spojené se založením, především splátky úvěru.

Dlouhodobým cílem je stabilita a prosperita podniku, dosahování takových zisků, které by pokryly veškeré náklady podniku a zajistily výdělek pro majitele.

Vizí podniku bude přilákat vrcholové sportovce na regeneraci do kryokomory, jakož to nový a alternativní způsob regenerování po náročném tréninku.

5.3.3 Umístění podniku, velikost podniku

Nové sportovní a regenerační centrum bude umístěno v městské části Prahy 5 v těsné blízkosti obchodního centra Nový Smíchov. Anděl je místo s vynikající dopravní dostupností, a je prakticky v centru Prahy. Dopravní dostupnost je velmi dobrá hlavně městskou hromadnou dopravou, leží na trase metra B a je zde křižovatka několika tramvají. Dostupnost je velmi dobrá i autem. Samotný objekt se nachází ve dvou patrech, v suterénu a přízemí, rohové budovy hned u zastávek tramvají. Možnost parkování je zde velmi dobrá v garážích obchodního centra Nový Smíchov.

Podnik K3 Sportcentrum se řadí do skupiny mikropodniků, poněvadž počet zaměstnanců nepřesáhne 10 osob.

5.3.4 Poskytované služby

Hlavními poskytovanými službami bude kryoterapie a fitness centrum. Podnik nabízí kryokomoru pro 3 osoby a posilovnu s širokou škálou činek a posilovacích strojů. Samozřejmě je i odborný dohled. Po kryoterapii je dobré absolvovat krátké prohřátí např. na rotopedu, takže k dispozici bude menší tělocvična s několika přístroji typu rotoped, které lze využít i jako součást fitness centra.

Doplňkové služby budou menší kavárna v recepci a masáže. Na recepci bude možno posedět a zakoupit kávu a jiné nealkoholické nápoje. Masérna zatím bude obsahovat pouze jeden masérský stůl a obsluhu bude zajišťovat smluvní zaměstnanec.

5.3.5 Vedení podniku, zaměstnanci

Vlastníkem podniku bude Jakub Adam, s dokončeným bakalářským vzděláním na ekonomické fakultě Technické univerzity v Liberci, a současně studentem navazujícího magisterského studia na ekonomické fakultě, vrcholový sportovec členem ASC DUKLA Praha.

Provozní zabezpečení podniku bude zajištěno zaměstnanci v pracovním poměru, v rámci dohody o pracovní činnosti a smluvně s externími pracovníky.

Externí pracovníci budou najímáni na servisní, montážní, údržbářské, masérské a účetní služby v rámci dohody o provedení práce.

5.4 Analýza okolí, trhu a konkurence

V podnikatelském plánu je důležité poznat prostředí, které na podnik působí, zmapovat trh a konkurenční prostředí. Pro analýzu okolí, trhu a konkurence použiji PEST analýzu a Porterovu analýzu konkurenčních sil.

5.4.1 PEST analýza

Pomocí PEST analýzy popíši makrookolí podniku. Na podnik působí faktory, které nemůže ovlivnit. Jsou to prvky politického, ekonomického, sociokulturního a technologického okolí podniku, které budu analyzovat.

Politicko-legislativní prostředí:

V České republice v současné době vládne koalice složená ze tří politických stran, VV, TOP 09 a ODS. Koalice má v poslanecké sněmovně většinu, VV(24 mandátů), TOP 09(41 mandátů) a ODS (53 mandátů), tedy celkem 118 poslanců z celkových 200. I přes to, že vládní koalici provází spousta afér a sporů, tak přes Poslaneckou sněmovnu prošel návrh důchodové i daňové reformy.

Z pohledu podniku je zásadní daňová reforma.

Základním poselstvím reformy je její zjednodušení. Má dojít ke zrušení konceptu superhrubé mzdy, má dojít k sjednocení sazeb u pojistného i k sjednocení základů, ze kterých se počítá. Naopak vzniknout má jednotné inkasní místo, kam by se na jediném formuláři mělo vše odevzdat do jednoho termínu.

Superhrubá mzda zmizí a nahradí ji klasické počítání daně z příjmů z hrubé mzdy. Ten, kdo vydělává více než čtyřnásobek průměrné mzdy, ten by po reformě nemohl od daně z příjmů odečítat základní slevu na poplatníka (24 840 korun; pouze pro rok 2011 platí 23 640 korun, tedy sleva snižená o povodňovou stokorunu). Sazba daně z příjmu fyzických osob vzroste ze současných 15 % na 19 %. Celkový dopad na čistou mzdu bude ale minimální z důvodu zrušení superhrubé mzdy. Pro živnostníky, kterým se daňový základ nikterak nemění a zvýšení sazby se u nich bude rovnat i vyšší odvedené dani.

Dále by mělo dojít ke sjednocení sazeb i základů pojistného. Reforma počítá se sjednocením všech sazeb na 6,5 % (v současné době zaměstnanci odvádí 6,5 % na sociální a 4,5 % na zdravotní pojištění, živnostníci pak 29,2 % na sociální a 13,5 % na zdravotní pojištění). Na první pohled se vám asi zdá, že na tom jednoznačně vydělají živnostníci.

Úplně tak jednoduché to ale není, protože nově si pojištění budou počítat z dvojnásobku současného vyměřovacího základu, tedy z ekvivalentu daňového základu (příjmy mínus výdaje), nyní se odvádí z 50 % hrubého zisku. Zaměstnavatelé budou odvody na pojistné svých zaměstnanců platit jednotnou 32 % daní z úhrnu mezd (nyní odvádí z platu každého zaměstnance 9 % na zdravotní a 25 % na sociální pojištění, což je dohromady 34 %). Snížit se má limit pro povinnou registraci k DPH ze současného jednoho milionu na 750 tisíc korun. Ke sjednocení sazeb DPH dojde podle původně stanoveného plánu. Stále by tak mělo platit, že v příštím roce vzroste spodní sazba DPH z 10 na 14 % a horní zůstane na 20 %. Až v roce 2013 pak dojde ke sjednocení obou sazeb na 17,5 %. Přes určité potíže při projednávání a schvalování vstoupila 1. dubna v účinnost novela zákona o dani z přidané hodnoty. Jedná se o zákon č. 47/2011 Sb., který byl publikován v částce 17 Sbírky zákonů. Jde o nejrozsáhlejší a nejvýznamnější změny v oblasti DPH od vstupu Česka do Evropské unie a účinnosti současného zákona o DPH. Zahrnuje změny, které přináší novela Směrnice Rady 2006/112/ES, ale i některé instituty, které tato Směrnice umožnila členským státům zavést na dobrovolné bázi. Výdajové paušály se zatím měnit nebudou (v současnosti 80, 60 a 40 % podle provozované živnosti), i když by si to současný ministr financí přál, ale ODS je proti. Sazba daně z příjmů právnických osob zřejmě zůstane na 19 %.

Pro podnik K3 sportcentrum to znamená, že dojde ke zvýšení daňové zátěže služeb (DPH), jako jsou poskytování sportovních služeb, vodné a stočné, dodávky energie a tepla. Daňová reforma bude mít i pozitivní vliv v podobě zjednodušení systému. Negativně se nás dotkne jako OSVČ zvýšení sazby daně z 15 % na 19 %. Daň se totiž bude i nadále platit ze stejného základu.

Právní předpisy

Základními právními předpisy regulující činnost firmy jsou:

- Zákon o České obchodní inspekci č. 64/1986 Sb.,
- Zákoník práce č. 262/2006 Sb.,

- Živnostenský zákon č. 455/1991 Sb.,
- Zákon o ochraně veřejného zdraví č. 258/2000 Sb. § 19,
- Obchodní zákoník č. 531/1991 Sb.,
- Zákon o daních z příjmů č. 586/1992 Sb.,
- Zákon o dani z přidané hodnoty č. 235/2004 Sb.,
- Zákon nájmu a podnájmu nebytových prostor č. 116/1990 Sb.,
- Zákon o pojistném na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti č. 589/1992 Sb.,
- Zákon o pojistném na všeobecné zdravotní pojištění č. 592/1992 Sb.,
- Zákon o požární ochraně č. 133/1985 Sb.

Stavební povolení

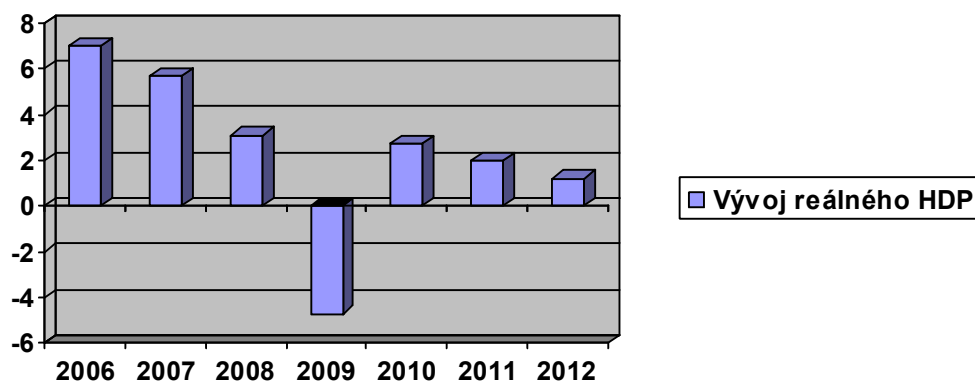
Podle zákona č. 183 /2006 Sb., o územním plánování a stavebním řádu (stavební zákon) vyžaduje stavba, terénní úpravy, zařízení a udržovací práce našeho relaxačního centra stavební povolení a ohlášení stavebnímu úřadu.

Ekonomické prostředí:

Ekonomické prostředí České republiky bych popsal pomocí takových ekonomických veličin jako jsou HDP, inflace, zaměstnanost apod.

HDP

Graf 4. Růst reálného HDP v ČR



Zdroj: ČSÚ, ČNB

V grafu č.1 je zobrazen vývoj růstu reálného HDP v ČR. Jak můžeme vidět, v důsledku nastupující krize, došlo v roce 2008 k poklesu růst HDP na 3,1 %. V následujícím roce 2009 již byl v záporných hodnotách. Rok 2010 přinesl oživení a růst produktu o 2,7 %.

V letošním roce 2011 domácí produkt v 1.čtvrtletí rostl tempem 2,8 %, ve 2. čtvrtletí 2,2 % a ve 3. čtvrtletí už pouze 1,5 %. Prognóza ČNB počítá pro rok 2012 s dalším poklesem růstu HDP. Oživení očekává až pro rok 2013.

Hrubá mzda

Tab. 3. Vývoj průměrné měsíční hrubé mzdy

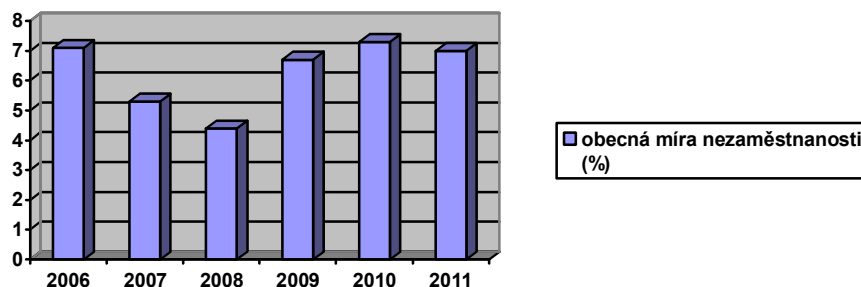
	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Průměrná hrubá nominální mzda (Kč)	19 546	20 957	22 592	23 344	23 797	23 984
Růst nominální hrubé mzdy (%)	6,6	7,2	7,8	3,3	1,9	2,3
Růst reálné hrubé mzdy (%)	4,0	4,3	1,4	2,3	0,4	0,6

Zdroj: ČSÚ

S růstem reálných mezd dochází i k růstu spotřebních výdajů, což je pozitivní pro podniky. V tabulce č.1 je ukázán vývoj hrubých mezd v ČR. V prvním pololetí 2011 dosáhla průměrná mzda výše 23 575 Kč, v meziročním srovnání přírůstek činil 2,3 %, spotřebitelské ceny se v daném období zvýšily o 1,8 %, takže reálná mzda vzrostla o 0,5 % v tomto období. Ve 2. čtvrtletí tohoto roku se v podnikatelské sféře průměrná mzda zvýšila nominálně o 3,2 %, reálně o 1,4 %, v nepodnikatelské sféře se snížila nominálně o 0,9 %, reálně o 2,7 %.

Nezaměstnanost

Graf 5. Vývoj nezaměstnanosti

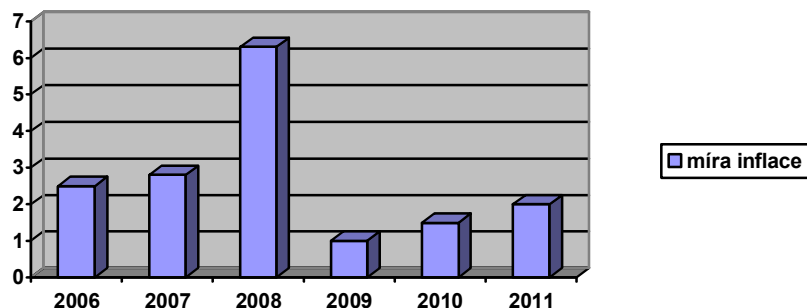


Zdroj: ČSÚ

Dopad hospodářské krize zapříčinil nárůst nezaměstnanosti v roce 2009. Od té doby se nezaměstnanost drží nahoře. Nejvyšší míra nezaměstnanosti byla na přelomu let 2009 a 2010.

Inflace

Graf 6. Vývoj inflace



Zdroj: ČSÚ, ČNB

Růst cen zasahuje všechny obyvatele negativně, jelikož zvyšuje jejich výdaje na spotřebu. Především značný nárůst cen v oblasti potravin, nealkoholických nápojů a bydlení postihne všechny, jelikož se jedná o nezbytné výdaje. Další nárůst cen základních potravin by měla za důsledek omezení výdajů na volný čas a koníčky, což by mohlo podnik poškodit.

Prognóza ČNB ukazuje meziroční nárůst indexu spotřebitelských cen i v roce 2012. Nadále mají zdražovat ceny elektřiny, plynu, vodného a stočného, což se negativně projeví v nákladech podniku.

Makroekonomické ukazatele kraje hlavního města Prahy:

Nezaměstnanost

Míra nezaměstnanosti v Praze v důsledku krize začala růst v roce 2009, kdy začal zjevný nárůst uchazečů o zaměstnání. Navíc se razantním tempem snižovala volná pracovní místa následkem šetření firem.

Tab. 4. Hl.m. Praha – vývoj nezaměstnanosti

	2006	2007	2008	2009	2010
Míra registrované nezaměstnanosti celkem v % (k 31. 12.)	2,72	2,16	2,14	3,66	4,07
Neumístění uchazeči o zaměstnání celkem (k 31. 12.)	21 364	17 363	17 433	29 865	33 433
Volná pracovní místa	16 192	28 746	25 002	8 508	5 743

Zdroj: <http://www.czso.cz/x/krajedata.nsf/oblast2/nezamestnanost-xa>

Mzdy

Průměrné mzdy Pražanů jsou nejvyšší v ČR a neustále rostly až do roku 2009, kde se výše mezd stabilizovala.

Tab. 5. Hl.m. Praha – vývoj hrubých mezd

	2006	2007	2008	2009	2010
Průměrná hrubá měsíční nominální mzda	25 272	26 816	29 233	30 396	30 239

Zdroj: <http://www.czso.cz/x/krajedata.nsf/oblast2/mzdy-xa>

HDP

Jako v celé České republice se i v Praze propadl vývoj HDP v roce 2009 v důsledku hospodářské krize. V současné době se růst HDP dostal opět do tempa 3,4 % zhruba na úroveň roku 2008 před krizí. HDP Prahy se podílí zhruba 25 % na HDP ČR.

Tab. 6. Hl.m. Praha – vývoj HDP

	2006	2007	2008	2009	2010
Vývoj HDP ve stálých cenách (předchozí rok = 100)	105,9	109,1	103,2	94,3	103,4
Hrubý domácí produkt celkem (mil. Kč)	813 25	909 016	977 136	945 796	972 551

Zdroj: <http://www.czso.cz/x/krajedata.nsf/oblast2/makroekonomika-xa>

Spotřeba elektrické energie

Jak můžeme vidět z grafu, spotřeba elektrické energie se odvíjí od vývoje ekonomiky. V roce 2009 její pokles, po zotavení se z krize opět růst spotřeby.

Tab. 7. Hl.m. Praha – vývoj spotřeby elektrické energie (GWh)

	2006	2007	2008	2009	2010
Spotřeba elektrické energie (GWh)	3 688	3 486	4 879	4 299	4 876

Zdroj: <http://www.czso.cz/x/krajedata.nsf/oblast2/prumysl-xa>

Socio-kulturní prostředí:

Nejprve bych uvedl charakteristiku struktury obyvatel Prahy a poté bych se věnoval současnému životnímu stylu a životním trendům společnosti, které souvisí s poskytováním služeb našeho podniku.

Obyvatelstvo hlavního města Prahy

Ačkoliv počet obyvatel v Praze od poloviny devadesátých let klesal, od roku 2001 se tento pokles zastavil a došlo naopak k růstu. Tato změna však byla z velké části způsobena tím, že do celkového počtu obyvatel se od roku 2001 začali počítat také cizinci s přiznaným azylem a ti, kteří v ČR pobývali na základě víz nad 90 dní déle než rok. Od roku 2004, v souvislosti se vstupem ČR do EU byli započtení také cizinci s dlouhodobým a přechodným pobytem. Počet obyvatel v Praze v roce 2009 byl 1 249 026 obyvatel, to je opět o 1,3 % více než v předchozím roce. V roce 2010 se počet obyvatel nadále zvyšoval na 1 257 158 obyvatel.

Počet obyvatel je výsledkem přirozeného pohybu obyvatel (narození a zemřelí) a mechanického pohybu obyvatel (stěhování). V Praze má dlouhodobě na zvyšování počtu obyvatel největší vliv migrace. V minulosti byla Praha migračně atraktivní z valné většiny pro české občany, v současnosti šlo především o cizince. I když v roce 2009 se migrační atraktivita Prahy pro cizince zejména s ohledem na ekonomickou krizi snížila. V Praze je nejvíce občanů Ukrajiny (více než 47 tisíc), Slovenska (téměř 20 tisíc osob) a Ruska (více než 15 tisíc). Co se týče českých občanů, ti území Prahy spíše opouštějí a nejčastěji se stěhují za hranice Prahy do jejího zázemí. Migrační saldo cizinců je tedy v posledních letech vždy kladné, zatímco migrační saldo českých státních příslušníků je záporné (migrační saldo českých občanů v roce 2009 bylo - 5 785). Jak již bylo řečeno, kromě migrace má vliv na vývoj počtu obyvatel také přirozený pohyb. Od devadesátých let se velmi výrazně začal snižovat počet živě narozených. Tento vývoj se obrátil již v roce 1997, kdy byl poprvé zaznamenán meziroční nárůst nebo stagnace počtu živě narozených dětí.

Od tohoto roku počty živě narozených pomalu rostou, nejvíce jich bylo narozeno v posledním sledovaném roce 2009 (14 488 živě narozených oproti 13 010 v roce 1990). Tyto tendence jsou patrné i z relativních ukazatelů – počtu živě narozených na 1000 obyvatel, kdy v roce 1996 byla zaznamenána nejnižší hodnota 7,3 živě narozených na 1000 obyvatel a od tohoto roku již se tento počet zvyšuje. Nejvyšší hodnoty bylo dosaženo v roce 2008 i v posledním sledovaném roce 2009, kdy to bylo 11,7 živě narozených na 1000 osob. Nejedná se ovšem o tzv. populační boom, jak tento jev označují některá média.

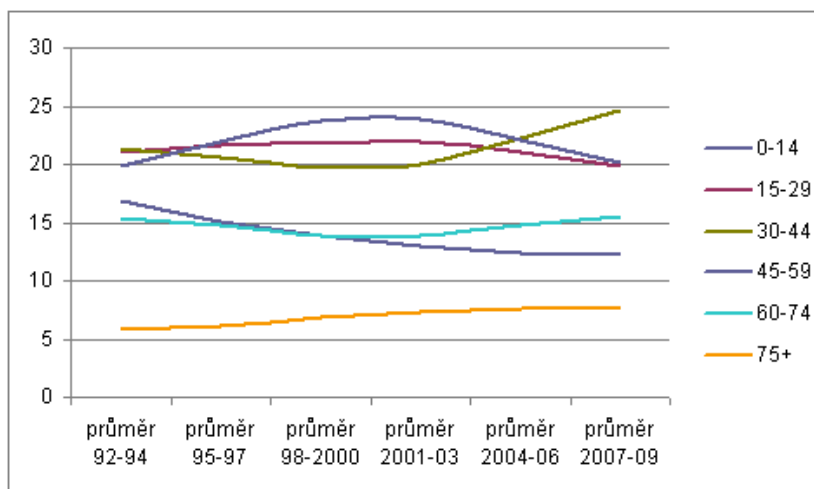
Jde pouze o zakládání rodin matkami ve vyšším věku, které početí dítěte dlouho odkládaly. Navíc se jedná o populačně silné ročníky let sedmdesátých a nyní již k nim přistupují také ročníky let osmdesátých.

Naopak počet zemřelých dlouhodobě spíše klesá (prodlužování střední délky života v souvislosti s vysokou úrovní lékařské péče, dostupností rychlé zdravotnické pomoci v Praze a celkovým aktivnějším přístupem starších lidí k životu). Pražská populace měla vždy spíš starší věkovou strukturu než ostatní kraje a snižování počtu zemřelých tento trend ještě umocní.

V současnosti se také často hovoří o stárnutí populace zejména s přesunem populačně silných ročníků do důchodového věku. Relativní ukazatele hovoří jasně: v Praze byl na začátku devadesátých let (1991) počet zemřelých na 1000 obyvatel středního stavu 13,0, v roce 2004 to bylo 11,0 a v roce 2009 to bylo 9,9, tj. ještě méně než v předchozím roce. S migračním a přirozeným pohybem souvisí také vývoj věkové struktury. Podle toho, jaký je poměr mezi zemřelými a narozenými a jaká je věková struktura přistěhovalých a vystěhovalých se také mění věková struktura populace na daném území. Dlouhodobě ubývá dětská složka populace a to i přes příznivý vývoj porodnosti posledních několika let. Osob ve věku 15-29 je stabilně kolem 21 %, podíl osob ve věku 30-44 let mírně vzrostl, pravděpodobně díky dorůstání osob silných ročníků sedmdesátých let do tohoto věku a částečně i migrací cizinců v produktivním věku. Osoby pozdního produktivního věku (45-59 let) tvoří v současnosti cca 20 % populace, což je stejně, jako tomu bylo na začátku devadesátých let. Osob ve věku 60-74 let, tedy v důchodovém věku, mírně přibývá. Zastoupení poslední věkové kategorie v populaci Prahy (75 a více let) dlouhodobě stoupá. Dětská složka populace (a tedy budoucí pracovní síla) spolu s nejstarší složkou populace (obyvatelé ve věku 75 a více let) v posledním období tvoří nejméně zastoupenou věkovou skupinu v populaci Prahy.

Zásadní je ale vývoj těchto dvou věkových skupin – zatímco podíl dětské složky výrazně a dlouhodobě klesá, naopak podíl složky neproduktivní a zároveň také již s poměrně vysokou mírou čerpání financí ze sociálního a zdravotnického systému stále roste.

Graf 7. Zastoupení jednotlivých věkových skupin na populaci Prahy (%)



Zdroj: http://www.czso.cz/csu/2010edicniplan.nsf/krajkapitola/101011-10-za_rok_2009-05

Příjmy domácností

V peněžních příjmech domácností stejně jako ve mzdách nedošlo k poklesu ani přes dopad ekonomické krize. Když uvážím čistý příjem na osobu za měsíc, řadí se Praha k regionům s vysokou životní úrovní v rámci České republiky. Z toho vyplývají i potenciální vyšší výdaje na volný čas a to je určitě pozitivní pro podnik.

Tab. 8. Hl.m. Praha – vývoj příjmů domácností

	2006	2007	2008	2009	2010
Počet domácností	529 923	533 331	541 930	550 189	553 633
Peněžní příjmy hrubé (Kč/osoba/rok)	186 783	197 488	215 463	235 872	235 306
Peněžní příjmy čisté (Kč/osoba/rok)	147 637	157 793	171 208	193 227	196 295

Zdroj: <http://www.czso.cz/x/krajedata.nsf/oblast2/prijmy-xa>

Současný životní styl a trendy v životním stylu

V současném uspěchaném moderním světě je těžké najít prostor pro zdravý životní styl. Obchody jsou plné nekvalitních potravin a na zdravý pohyb lidem zbývá jen málo času.

Navíc spousta lidí žije v neustálém stresu.

Je nesporné, že životní styl každého z nás ovlivňuje naše fyzické i duševní zdraví a zejména výskyt všech civilizačních nemocí. Je utvářen řadou faktorů, mezi něž patří zejména způsob stravování, pohybová aktivita, užívání návykových a stimulačních látek (alkoholu, nikotinu, kofeinu, léků, drog), množství spánku, udržování optimální tělesné hmotnosti, schopnost relaxovat a aktivně odpočívat, množství stresu, jemuž jsme vystaveni a mnoho dalších.

Současná strava náš organismus spíše zatěžuje, než vyživuje. Zdravá strava by se měl podobat přirozené stravě, kterou konzumovali naši dávní předci. Naše tělo je právě na takový druh stravy optimálně přizpůsobeno. Nelze se tedy divit, že reaguje vznikem nemoci, když se najednou má vypořádat s moderním způsobem stravování.

Lidé, kteří hodně a rádi fyzicky pracují nebo sportují, mají lepší zdravotní stav, ačkoliv jedí tzv. moderní stravu. Pohybová aktivita je další velmi důležitou složkou zdravého životního stylu a dostatečný pohyb dokáže částečně kompenzovat špatné jídelní návyky. Z lékařského hlediska je nejvhodnější pohybovou aktivitou každodenní běžná fyzická námaha při pracovních a domácích činnostech. Velmi vhodné jsou také procházky na čerstvém vzduchu, ze sportovních aktivit je vhodný každý sport, který vám přináší potěšení a je přiměřený vašemu zdravotnímu stavu a stavu vašeho pohybového aparátu. Pohybová aktivita by měla být vykonávána každodenně. A jak se vyhýbat stresu? Je vhodné, aby každý našel svůj způsob relaxace a naučil se odreagovat od běžných starostí a stresu po svém. Pro někoho je ideálním odpočinkem čtení knihy nebo poslouchání hudby, pro jiného jóga, procházka nebo jiná záliba. Každá taková aktivita je prospěšná a pomáhá se vypořádat s nároky, které dnešní doba na každého z nás klade. U skupiny profesionálních sportovců, kteří by měli být také potenciálními zákazníky našeho centra, je situace jiná. Ti by měli, respektive musí, hlídat svůj zdravý životní styl velmi dobře, aby si udrželi top formu. Myslím si, že v současnosti spousta lidí se věnuje pohybu a aktivně sportuje. Vidím především mladé lidi, kteří se věnují různým sportovním činnostem, chtějí být zdraví a dobře vypadat. Co se týče potravin a jídla, tak už to tak optimisticky nevidím.

Technologické prostředí:

Regeneračních metod a postupů dnes existuje mnoho. Regeneračních služeb využívají nejen vrcholoví sportovci ale celé spektrum osob.

Nejzákladnější regenerace je samozřejmě spánek, dále správná výživa. Dalšími regeneračními procedurami mohou být vodní procedury, regenerace saunováním, regenerace masáží, regenerace chladem (kryokomora) či jinými fyzikálními prostředky (např. magnetické pole, elektrostimulace, akupunktura), regenerace pohybem nebo regenerace pomocí farmakologických prostředků.

Vývoj a výzkum regeneračních postupů a metod stále probíhá. Zejména se neustále vyvíjí farmakologické prostředky, ale i nové přístroje k různým formám regenerace.

5.4.2 Porterova analýza konkurenčních sil

Současná konkurence v odvětví:

Hlavní službou podniku bude kryoterapie, proto se zaměřím hlavně na analýzu konkurence v této oblasti. Konkurenci v odvětví regeneračních služeb bych rozdělil na přímé konkurenty v oblasti kryoterapie a konkurenci v oblasti jiných regeneračních technik.

V Praze působí mnoho drobných podniků zaměřených na regeneraci. Jde především o poskytování sauny, vířivek a masáží. Avšak kryokomora se nachází v Praze pouze jedna. Dále se v Praze nachází dva podniky nabízející kryosaunu.

Kryokomory v Praze:

Název: Kryocentrum s.r.o.

Kontakt: Imrychova 984/27, 143 00 Praha 4

Služby: kryoterapie, solná jeskyně, masáže, lymfodrenáže, tělocvična.

Kryocentrum s.r.o. je podnik s prvním pražským poláriem, který byl otevřen v roce 2006. Podnik má stálou klientelu včetně několika známých osobností i sportovních týmů, např. houslista Šporcl, desetibojař Šebrle či hokejový tým Slavia Praha. Kryocentrum se nachází v Modřanech, kde je umístěn na okraji sídliště. Dostupnost je dobrá hned vedle hlavní silnice a poblíž se nachází autobusová stanice městské hromadné dopravy. Kryocentrum nenabízí pouze kryoterapii, ale i jiné služby. V objektu se nachází recepce, šatny, kryokomora, solná jeskyně, místnost pro masáž, tělocvična s přístroji pro zahřátí organismu po kryoterapii a tělocvična.

Tab. 9. Ceník Kryocentra s.r.o.

Ceník Polárium	cena
1 vstup polárium, kondiční cvičení	360Kč
Permanentka 10 vstupů	3 300Kč
Permanentka 5 vstupů	1 700Kč
Pronájem polária mimo provozní dobu (1h)	7 500Kč
Lokální kryoterapie (jedno místo)	100Kč
Firemní a rodinné permanentky dle dohody	

Zdroj: Zpracováno autorem

Kryosauny v Praze:

Kryosauna je pouze pro jednu osobu, proto bych je považoval za menší konkurenty v oblasti kryoterapie, než poskytovatele kryokomory. Jsou schopny pokrýt méně klientů.

Název: Wellness centrum Radlice s.r.o.

Kontakt: Radlická 298/105
Praha 5 15000

Služby: vacu studio, solar studio, kryoterapie, pilatek studio, aerobic, fitness, bazén, hala

Wellness centrum Radlice je moderní sportovní areál, kde je dominantní plavecký bazén a sportovní hala. Dále se zde nachází prostorné fitcentrum. Součástí plaveckého areálu je i malá kryosauna a klasická sauna.

Tab. 10. Ceník Wellness centrum Radlice s.r.o.

Kryosauna ceník		
	muži	ženy
1 vstup	250	230
5 vstupů	1 150	1 050
10 vstupů	2 150	1 950
15 vstupů	3 000	2 700
20 vstupů	3 700	3 300

Zdroj: Zpracováno autorem

Název: Relax la fabrique Čakovice
Kontakt: Cukrovarská 33
196 02 Praha 9-Čakovice
Služby: fitness, squash, aerobic, power joga, masáže, kryoterapie, solárium, sauna, whirlpool, parní lázeň, pedikúra, manikúra

Relax la fabrique Čakovice je multisportovní centrum nabízející široké spektrum sportovního vyžití. V oblasti regeneračních služeb nabízí jak kryosaunu, tak i saunu, whirlpool i parní lázeň. V tomto podniku má zákazník výhodu, že má možnost výběru, jakou regeneraci zvolí. Ale kryosauna je pouze pro jednu osobu, takže pojme omezený počet osob.

Tab. 11. Ceník Relax le fabrique Čakovice

kryoterapie	cena	Cena s fitness
1 vstup	290	360
10 vstupů	2 610	3 310
20 vstupů	4 930	6 330

Zdroj: Zpracováno autorem

U těchto dvou zmiňovaných podniků je poskytování kryoterapie pouze vedlejší doplňkovou službou, zatímco u podniku Kryocentrum s.r.o. je to dominantní služba.

Dále bych analyzoval konkurenci ve službách fitness. Konkurenci bych rozdělil na velké sportovní komplexy jako jsou Holmes place či BBC Praha a na menší fitcentra, kterým bude i náš podnik. Velké komplexy mají několik poboček po celé Praze, Holmes place 4 a BBC Praha 8. S těmito komplexy samozřejmě nemůže náš podnik soupeřit, ale může nabídnout výhodu těm, kterým se raději líbí menší sportovní centra. Další velkou výhodou je kryoterapie, kde návštěvník může ihned po ukončení tréninku jít na tuto účinnou a výjimečnou regenerační kúru.

V blízkém okolí našeho podniku se nachází pobočka Holmes place a jedno menší fitcentrum pouze pro ženy. Dále na Praze 5 ve velké vzdálenosti od našeho podniku se nachází dalších 10 menších fitness center. V následující tabulce je příklad cen fitness centra.

Tab. 12. Ceník fitcentra Holmes place

nabídka	minuty	Špička (7:00 - 9:00/16:00 – 23:00)	Mimo špičku (9:00 – 16:00, víkendy)
posilovna	neomezeně	165Kč	150Kč

Zdroj: Zpracováno autorem

Hrozba nových konkurentů:

Největší bariérou vstupu do tohoto odvětví je potřeba vysokého kapitálu na pronájem vhodné budovy a vysoké počáteční investice na její rekonstrukci a na pořízení vybavení a zařízení. Nalezení vhodného objektu na dobrém místě pro provoz podniku není jednoduché. Pro založení nového podniku v tomto oboru jiné velké překážky v podstatě neexistují, ať už legislativní, právní či jiné. O vstupu jiných podniků na trh nemám žádné informace, může vstoupit kdokoliv. Myslím si, že na trhu se službou kryoterapie není v Praze tak silná konkurence, ale na druhou stranu si musím uvědomit, že mnoho lidí o této regenerační metodě neví. Když vezmu v potaz i ostatní formy regenerace, tak je konkurence docela silná.

Vyjednávací síla zákazníků:

Zákazník, jako jednotlivec na trhu, má k dispozici širokou nabídku služeb v oblasti fitness a regenerace, takže si může vybírat. Může vybírat jakou pohybovou aktivitu zvolí i jakou formu regenerace. U kryoterapie se cena pohybuje poměrně vysoko kolem 300 Kč za vstup, s cenou moc hýbat nejde z důvodu vysokých pořizovacích nákladů a navíc trh není zcela nasycený. Zákazníkům můžeme zatriaktivnit cenu např. pro více vstupů. Ale vyjednávací síla zákazníků je poměrně velká, protože můžou volit z řady substitutů, jak z různých druhů sportovních aktivit, tak z různých forem regenerace.

Vyjednávací síla dodavatelů:

Dodavateli našeho podniku budou firmy, jež se specializují na zařízení pro fitness a regeneraci. Mezi firmami prodávající vybavení pro fitness existuje velká konkurence, kde síla dodavatelů je nízká. Podnik má možnost výběru z mnoha firem poskytujících tyto produkty. Jiná je situace s dodavateli kryokomory. V České republice jsou pouze dva dodavatelé. Společnost BTL zdravotnická technika, a.s. a DN formed Brno s.r.o.

Jelikož je u nás kryoterapie relativně nová a málo známá záležitost, jde o složitý technologický výrobek a dodavatelů je málo, mohou dodavatelé držet cenu vysoko.

Analýza dodavatelů

Pro vybavení fitnesscentra jsem zvolil firmu Grünsport. S těmito nástroji mám dobré osobní zkušenosti. Cena nástrojů nepatří k nejnižším na trhu, ale myslím si, že jsou kvalitní. Dále pro kondiční cvičení po kryoterapii jsem zvolil eliptické trenažery a cyklotrenažery firmy InSPORTline.

Název: GRÜNSPORT s.r.o.

Kontakt: K Rybníčku 635, Horní Bříza, 330 12

Název: INSPORTLINE, SEVEN SPORT s.r.o.

Kontakt: Bořivojova 35/878, 130 00 Praha 3

Zařízení pro kryoterapii dodá firma DN FORMED Brno s.r.o., jenž je výhradním distributorem kryokomor Artica polské firmy CryoFlex Poland.

Název: DN FORMED Brno s.r.o.

Kontakt: Hudcova 76a, 612 48 Brno-Medlánky

Hrozba substitutů:

Pro podnik existuje celá řada substitutů. Zákazníci mohou volit mezi různými druhy pohybových aktivit a formami regenerace. Když beru fitness jako sport na udržení kondice jako každý jiný, existuje mnoho substitutů jako např. squash, tenis, plavání, cyklistika, inline a jiné. Ale fitness je specifickou činností na podporu růstu svalů, takže jako největší konkurenty mohou brát ostatní fitness centra.

Jako největší hrozbu substitutů pro kryoterapii vidím sauny a různá relaxační wellness centra.

Ceny vybraných substitutů:

Tab. 13. Ceník Relax days

	cena
Finská sauna 100min.	180Kč
Finská sauna happy hours (9 – 14)	130Kč
Fitness, jednorázový vstup bez omezení	130Kč
Fitness s osobním trenérem 60min.	450Kč
Privátní whirlpool pro 2 osoby 20min.	360Kč
Privátní whirlpool pro 2 osoby 50min.	600Kč
Privátní whirlpool pro 3 – 5 osob 50min.	800Kč
Privátní sauna pro 2 osoby 50min.	490Kč
Privátní sauna pro 2 osoby 80min.	650Kč
Privátní sauna další osoba	100Kč
Sauna 100min, fitness	290Kč
Privátní sauna pro 2 osoby 80min., whirlpool 50min.	1160Kč

Zdroj: Zpracováno autorem

Tab. 14. Ceník Aquapalace Praha - saunový svět, vedlejší sezona

Vedlejší sezóna	1h	2h	3h	Celý den
dospělý	255Kč	420Kč	470Kč	640Kč
dítě	205Kč	300Kč	320Kč	400Kč
Student, senior	230Kč	355Kč	395Kč	500Kč
Rodina 1	x	890Kč	990Kč	1190Kč
Rodina 2	x	x	1190Kč	1390Kč

Zdroj: Zpracováno autorem

Tab. 15. Ceník Aquapalace Praha – saunový svět, hlavní sezona

Hlavní sezóna	1h	2h	3h	Celý den	Permanentka prázdniny	
dospělý	255Kč	490Kč	560Kč	760Kč	1960Kč	3040Kč
dítě	205Kč	370Kč	410Kč	540Kč	1480Kč	2160Kč
Student, senior	230Kč	425Kč	485Kč	640Kč	1700Kč	2560Kč
Rodina 1	X	1140Kč	1240Kč	1570Kč	x	x
Rodina 2	x	x	1550Kč	1910Kč	x	x

Zdroj: Zpracováno autorem

5.5 Obchodní plán

Podnik K3 Sportcentrum je svou povahou nevýrobní podnik, obchodní plán je tedy zaměřen na zajištění poskytovaných služeb.

Provozovna

Podnik bude provozovat svoji činnost v rohové budově na Andělu v městské části Prahy 5. Prostory se nachází v suterénu a v přízemí domu, které budou třeba zrekonstruovat dle potřeb podniku. V suterénu bude umístěna krykomora, menší tělocvična pro zahřátí po kryoterapii a masérna. V 1.NP se bude nacházet recepce, šatny, sociální zařízení a místnost pro fitness.

Kryoterapie

Kryoterapie by měla činit hlavní zdroj příjmů podniku, proto bude věnována této službě největší pozornost. Krykomora může být zapnutá v kuse nejdéle 1,5 hodiny, aby se v ní nevytvářela přílišná vlhkost, proto musíme zvolit optimální časové intervaly přes den, kdy bude využita, k tomu posloužil výzkum.

Tab. 16. Provozní doba polária

Polárium	Otevírací doba
Pondělí až pátek	9:00 – 10:00, 17:00 – 19:00
Sobota, neděle	16:00 – 18:00
Jiné hodiny po individuální dohodě s různými organizacemi	

Zdroj: Zpracováno autorem

Fitness centrum

Fitness centrum bude nabízet kvalitní stroje, činky a nářadí od firmy Grün sport, se kterými mám dobré osobní zkušenosti. Dále je možno využít cyklotrenažery a eliptické trenažery, které dodá firma Insportline.

Tab. 17. Otevírací doba fitness centra

Fitness centrum	Otevírací doba
Pondělí až pátek	7:00 – 10:00, 15:00 – 21:00
Sobota, neděle	14:00 – 18:00

Zdroj: Zpracováno autorem

Masáže

Masáže budou prováděny dle dohody a to pondělí až pátek od 17:00 do 21:00. Jedná se pouze o klasické sportovní masáže a o metodu bankování. K dispozici bude pouze jeden masérský stůl.

Doplňkové služby

Následující služby jsou doplňkové a slouží ke zkvalitnění celkových služeb.

Jde o tyto služby:

- kavárna, k dispozici budou i iontové nápoje nebo proteinové či sacharidové tyčinky,
- poradenská služba v oblasti fitness, tréninku a výživy,
- tvorba tréninkového plánu.

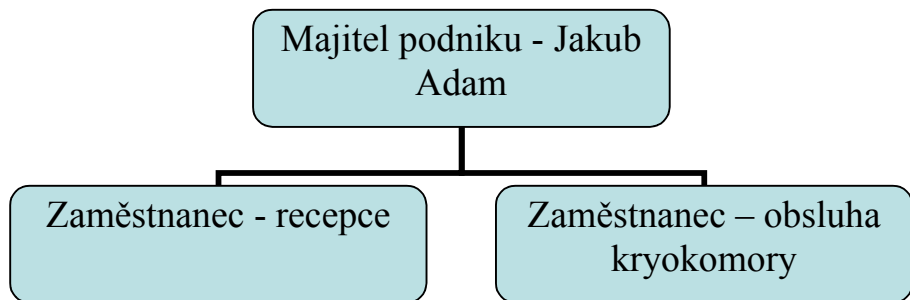
5.6 Organizační plán

5.6.1 Organizační struktura

Organizační struktura podniku je vzhledem k jeho velikosti a typu velmi jednoduchá.

Majitel podniku je Jakub Adam. V další úrovni jsou jemu podřízeni zaměstnanci.

Schéma 1. Organizační struktura



Zdroj: Zpracováno autorem

5.6.2 Personální zajištění

Majitel bude zodpovědný za správný a plynulý chod celého podniku, administrativní vedení, vedení účetnictví, finanční plánování, vedení marketingových aktivit, správu internetových stránek podniku, výběr zaměstnanců a externích spolupracovníků a spolupráci s nimi. Má rozhodovací pravomoc vzhledem ke všem otázkám týkajících se podniku. Působí jako tréninkový poradce.

Jeden zaměstnanec v podniku bude zaměstnán na plný úvazek, který bude zajišťovat chod recepce, fitness a vyřizovat objednávky a bude se střídát s majitelem. Dva zaměstnanci budou zaměstnáni v rámci dohody o pracovní činnosti, kteří se budou starat o plynulý chod kryokomory, budou se střídát po třech dnech.

Externí pracovníci, kteří budou najímáni na dohodu o provedení práce, budou zajišťovat údržbu, úklid, masáže a účetnictví.

5.6.3 Pracovní doba a odměňování zaměstnanců

Tab. 18. Pracovní doba

	Recepce/fitness		Kryokomora	
Po - Pá	6:45 – 10:15	14:45 – 21:15	8:45 – 10:15	16:45 – 19:15
So - Ne		13:45 – 18:15		15:45 – 18:15

Zdroj: Zpracováno autorem

Týdenní pracovní doba na recepci bude maximálně 30 hodin. Zaměstnanci se budou střídát po třech dnech. Pracovní doba na kryoterapii bude za týden maximálně 13 hodin. Zaměstnanci se také vystřídají po třech dnech.

Odměňování pracovníků

Hrubá mzda zaměstnance na hlavní pracovní poměr činí 22 000 Kč. Zaměstnanci pracující v rámci dohody o pracovní činnosti budou mít hrubou mzdu 15 000 Kč. Odměna majiteli je 25 000 Kč. Podrobnější rozepsání odměn a mezd zaměstnanců je dále v tabulce osobních nákladů.

5.7 Marketingový plán

Pro úspěšné uvedení nově založeného podniku na trh je důležité zvolit optimální marketingovou strategii. V tomto podnikatelském plánu se budu zabývat marketingovým mixem 4P (produkt – výrobek, price – cena, placement – distribuce, promotion – komunikace). Dále použiji metodu, která identifikuje silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby podniku. Pokud chci tento plán zpracovat kvalitně, musím mít k dispozici kvalitní informace o podniku a o trhu.

5.7.1 Marketingové cíle

Marketingové cíle se odvíjí od cílů podniku jako celku. Krátkodobým cílem je během krátkého období dosažení takových tržeb, které začnou hradit vynaložené náklady. Tohoto cíle bude dosaženo účinnou marketingovou strategií, především efektivní komunikací. Z dlouhodobého hlediska podnik usiluje o stabilitu a prosperitu a s tím související maximalizaci zisku. Toho chce podnik dosáhnout v oblasti marketingu především budováním dobrých vztahů s klienty, dále přilákáním potencionálních klientů prostřednictvím větší informovanosti a výhodných akcí.

5.7.2 Segmentace

Nabídka služeb bude určena široké veřejnosti, které budou mít o služby fitness a kryoterapie zájem. Velmi preferovanou a zajímavou skupinou budou profesionální a velmi aktivní sportovci, kteří jsou dobře informováni o účincích různých regeneračních metod. Další preferovanou skupinou jsou osoby s různými pohybovými či jinými zdravotními obtížemi, kterým by kryoterapie měla pomoci a ulehčit jim. Další potenciální skupinou by mohli být manažeři firem vystaveni každodennímu stresu, pro kterou by byla kryoterapie jako forma aktivního odpočinku, psychické úlevy a nabrání nových sil. Samozřejmě kryokomory mohou využít všichni pro posílení imunity či jen pro příjemný pocit vyvolaný vyplavením endorfinů. O fitness mají zájem především muži a to ve věku od dvaceti do čtyřiceti let.

5.7.3 SWOT analýza

Silné stránky

- kontakt a přístup k resortním sportovním centrům ČR a tím i k profesionálním sportovcům,
- velmi dobrá znalost prostředí sportu a regenerace,
- druhá trenérská třída a osobní zkušenosti s profesionálním sportem,
- v ČR relativně nový a zatím málo rozvinutý trh v oblasti kryoterapie.

Slabé stránky

- nový, neznámý podnik na trhu,
- zadluženost,
- vysoké pořizovací náklady.

Příležitosti

- rostoucí zájem o zdravý životní styl,
- přilákat některou z hvězd českého sportu a tím i zvýšit zájem o služby podniku,
- rozšíření nabídky služeb či investice do dalšího vybavení.

Hrozby

- vstup nového konkurenta,
- nezájem veřejnosti o nový způsob regenerace,
- přechod k substitutům,
- neustálý růst cen energií.

5.7.4 Produkt

Oblast služeb je značně odlišná od výrobků. Služby jsou nehmotné, neoddělitelné, proměnlivé, pomíjivé a značí se absencí vlastnictví. Užitek ze služeb proto závisí přímo na okamžiku poskytování služby. Záměrem podniku je provozování zařízení pro kryoterapii a fitness.

Kryoterapie znamená léčba chladem. V současné době se kryoterapie stala důležitou složkou rehabilitací a regeneračních technik.

Celotělová kryoterapie je účinným moderním doplňkem léčení a rehabilitace u nemocí revmatologických (revmatoidní artritida, revmatismus měkkých tkání, kolagenózy, vaskulitidy, Bechtěrevova choroba, artrózy drobných kloubů ruky i kloubů nosných), nemocí ortopedických (stavy po operacích nosných kloubů, stavy po operacích výhřezů páteřních plotének), nemocí kožních (lupénka a psoriatická artritida) a některých poúrazových stavů.

Má dokonce vliv i na zlepšení obranyschopnosti organismu neboť působí pozitivně na celý imunitní systém pacienta. Kryoterapie též napomáhá při prevenci, rehabilitaci a léčbě mnoha sportovních úrazů, mezi které patří např. poškození kloubů a kloubních chrupavek, ruptura a natažení svalstva a celkové přetížení pohybového aparátu sportovce. Ochlazením na tak nízkou teplotu totiž dochází k omezení rychlosti vedení nervového vzruchu a pacient proto pociťuje jistou úlevu od bolesti poraněného aparátu. Během terapie dochází jak k regeneraci, tak ke zvýšení pohyblivosti kloubů, tolerance fyzické zátěže a všeobecné zvýšení výkonnosti organismu jako celku. U žen může způsobovat dokonce úpravu celulitidy, neboť stáhnutím buněk chladem je z jejich cytoplazmy vypuzován tuk. Díky vyplavování endorfinů do těla se cítí pacient ve skvělé kondici, a to jak po fyzické, tak i po psychické stránce.

5.7.5 Cena

Podnik K3 sportcentrum usiluje o to, aby měl co nejvíce zákazníků a aby byly co nejvíce využity kapacity. Tvorba cen spočívala v kalkulaci nákladů a srovnání cen konkurence. Taktéž podnik bude poskytovat různé slevy stálým klientům a smluvní ceny větším např. sportovním organizacím. Zákazníci budou moci platit v hotovosti nebo pomocí platebních karet.

Tab. 19. Ceník služeb

služba	cena
Polárium 1 vstup+kondiční cvičení	350 Kč
Polárium 5 vstupů+kondiční cvičení	1 600 Kč
Polárium 10 vstupů+kondiční cvičení	3 100 Kč
Polárium 20 vstupů+kondiční cvičení	6 100 Kč
Firemní permanentka	Dle dohody
Zapůjčení oblečení do polária	50 Kč
Fitness 1 vstup (časově neomezen)	150 Kč
Fitness 1 měsíc permanentka (nepřenosná)	1 200 Kč
Polárium 1 vstup+fitness 1 vstup	400 Kč
Polárium 10 vstupů+fitness 1 měsíc permanentka	4 000 Kč
Sportovní masáž (40min.)	500Kč
Bankování (30min.)	250Kč

Zdroj: Zpracováno autorem

V ceně vstupu do polária je zapůjčení obuvi, čelenky, rukavic a roušky.

5.7.6 Distribuce

Distribuční cesta podniku bude přímá, podnik-zákazník, protože veškeré služby budou poskytovány přímo v provozovně podniku. Důležité je, aby místo provozovny bylo dostatečně a zřetelně označeno z venku budovy. Podnik tak může oslovit mnoho kolemjdoucích a dostat se do jejich povědomí. Objednávky budou zpracovány přímo osobně na recepci podniku, telefonicky či přes e-mail.

5.7.7 Komunikace

Služby podniku budou propagovány hlavně prostřednictvím internetových stránek. Stálou reklamou bude banner přímo na budově provozovny.

Komunikace při zahájení činnosti podniku:

- založení webové domény,
- registrace na internetových vyhledávačích,
- městské bannery, reklama v MHD, letáky ve sportovních centrech,

- kampaň na facebooku.

Cílem bude upozornit na existenci našeho podniku a oslovit co nejvíce lidí a dostat se do jejich povědomí, propagovat kryoterapii také ve střediscích vrcholového sportu a v profesionálních klubech. Kampaň by měla přesvědčit o využití služeb podniku.

Komunikace po zaběhnutí podniku:

- webové stránky
- pokračující reklama na facebooku
- pokračování kampaně s letáky na sportovištích

Cílem bude najít nové zákazníky, udržet si stávající zákazníky, vytvořit si dobré jméno podniku a upozornit zákazníky na různé balíčky a akce.

5.7.8 Dotazníkové šetření

Dotazník byl zodpovězen 123 respondenty, v anketě byly využity uzavřené otázky. Celkem bylo položeno 15 otázek. Většinu dotazovaných tvořili muži (61 %), zbytek (39 %) tvořily ženy. Nejčastější věk respondentů byl v rozmezí 25 – 40 let. Z dotazníku je zřejmé, že většina dotazovaných tráví svůj volný čas aktivně a většina navštěvuje pravidelně nebo občas fitness centrum.

Většina dotazovaných chodících do fitness centra preferuje návštěvu fitness centra večer, znatelný podíl také ráno. Podle toho také stanovím otevírací dobu. Polovina chodících do fitness centra preferuje velké komplexy, polovina malá fitness centra. Podnik K3 Sportcentrum se bude snažit maximálně vyhovět druhé půlce. Znatelný počet respondentů by rádo využilo možnost regenerace ihned po skončení tréninku, což je výhoda pro podnik a poskytování služby kryoterapie. Všichni dotazovaní odpověděli, že investice do zdravého životního stylu je dobré. Většina je ochotna investovat do regenerace a sportovních aktivit do jednoho tisíce korun. Rozhodl jsem se zařadit i doplňkové služby jako je masáž a kavárna na recepci, protože těchto služeb by využívalo vysoké procento dotazovaných. Investování do reklamy je vhodné, protože většinu dotazovaných by reklama zaujala. Z dotazníku vyplývá, že by podnik K3 sportcentrum mohl být úspěšný. Dotazník je součástí přílohy 1.

5.8 Finanční plán

V rámci finančního plánu bude sestavena zahajovací rozvaha, plán nákladů. Co se týká plánu výnosů a očekávaných výkazů, ty lze sestavit jen se značnou mírou nejistoty, jelikož situace na trhu se dá jen stěží předpovědět.

5.8.1 Finanční zdroje před zahájením činnosti

Při zahájení činnosti musí podnik disponovat jistými finančními prostředky, nutnými pro rozjezd podnikatelské aktivity. Pro zjednodušení výpočtu a přehlednost budu uvádět všechny částky bez daně z přidané hodnoty (DPH). DPH se pak projeví pouze v tabulce Cash Flow, jako rozdíl daně na vstupu a na výstupu. Podnik je plátcem DPH. Vstupní náklady budou spojeny s pořízením vybavení podniku, kde nejvyšší položkou bude krykomora s instalací chladicího zařízení a posilovací stroje. Další významná položka bude rekonstrukce objektu, tak aby byl k dispozici daným potřebám. Objekt se nachází v dobrém stavu, proto náklady na rekonstrukci nebudou tak velké. Náklady na počáteční komunikaci tvoří především webové stránky.

Tab. 20. Potřebné finanční zdroje před zahájením činnosti podniku

Položka	Částka
Získání živnosti	3 000 Kč
Rekonstrukce objektu	655 000 Kč
Vybavení podniku	2 751 500 Kč
Náklady na počáteční komunikaci	31 000 Kč
celkem	3 440 500 Kč

Zdroj: Zpracováno autorem

Podrobné vybavení podniku je rozepsáno v příloze 2. v tabulce 34.

5.8.2 Zahajovací rozvaha

Finanční zdroje potřebné pro zahájení činnosti podniku budou částečně hrazeny z vlastního kapitálu a částečně z cizích zdrojů. Podnik pro financování využije bankovní úvěr.

Bankovní úvěr

Jen málo bank v ČR poskytuje úvěr pro start podnikání podnikům bez historie nebo s historií kratší než jedno daňové období. Začínající OSVČ mají šanci získat úvěr na rozjezd svého podnikání u České spořitelny, Komerční banky a částečně u GE money bank. Za hlavní kritérium pro poskytnutí úvěru považuje pozitivní vyhodnocení předloženého podnikatelského záměru. Česká spořitelna nabízí Provozní a Investiční úvěr 5 Plus. Pro začínající podnik je zajímavý Investiční úvěr 5 Plus.

Investiční úvěr 5 Plus:

Je určen podnikatelům a malým firmám, včetně začínajících klientů, kteří nemají daňově uzavřeno ani jedno 12 měsíční období.

Investiční úvěr lze využít na financování hmotného a nehmotného majetku. Jedná se o účelový termínovaný úvěr se stanoveným plánem čerpání a splácení. Splatnost úvěru může být až 8let.

Výhody 5 PLUS:

- 5 dokladů je třeba předložit k žádosti o úvěr,
- 5 dnů trvá rozhodnutí o úvěru,
- 5 měsíců je doba, o kterou se může odložit zahájení splácení jistiny úvěru,
- 5 mil. Kč lze za takto výhodných podmínek.

Na základě těchto výhod lze získat úvěr rychle a s nižší administrativou. Základní podmínkou získání úvěru je vedení běžného účtu u České spořitelny.

Tab. 21. Úrokové míry Investičního úvěru 5 PLUS

Doba Fixace	1 rok	2 roky	3 roky	4 roky	5 let
Úroková sazba p.a	7,25%	7,25%	7,3%	7,4%	7,5%

Zdroj: Zpracováno autorem

Velikost měsíční splátky úvěru s dobou fixace a splatností 3 roky (7,3 %) činí 62 029 Kč, s fixací a splatností 5 let (7,5 %) je to 40 076 Kč. Splátkový kalendář je součástí přílohy 3.

Tab. 22. Zahajovací rozvaha

Označení	AKTIVA	Částka
A.	Pohledávka za upsaný základní kapitál	0
B.	Stálá aktiva	0
B.I.	Dlouhodobý nehmotný majetek	0
B.II.	Dlouhodobý hmotný majetek	2 751 500 Kč
B.III.	Dlouhodobý finanční majetek	0
C.	Oběžná aktiva	0
C.I.	Zásoby	0
C.II.	Dlouhodobé pohledávky	0
C.III.	Krátkodobé pohledávky	0
C.IV.	Krátkodobý finanční majetek	848 500 Kč
D.	Ostatní aktiva	0
D.I.	Časové rozlišení	0
	AKTIVA CELKEM	3 600 000 Kč
Označení	PASIVA	Stav (tis. Kč)
A.	Vlastní kapitál	1 600 000 Kč
A.I.	Základní kapitál	1 600 000 Kč
A.II.	Kapitálové fondy	0
A.III.	Rezervní fondy, nedělitelný zisk a ostatní fondy ze zisku	0
A.IV.	Výsledek hospodaření minulých let	0
A.V.	Výsledek hospodaření běžného účetního období	0
B.	Cizí zdroje	2 000 000 Kč
B.I.	Rezervy	0
B.II.	Dlouhodobé závazky	0
B.III.	Krátkodobé závazky	0
B.IV.	Bankovní úvěry a výpomoci	2 000 000 Kč
C.	Ostatní pasiva	0
C.I.	Časové rozlišení	0
	PASIVA CELKEM	3 600 000 Kč

Zdroj: Zpracováno autorem

5.8.3 Plán nákladů

Největší položkou v provozních nákladech bude nájemné a první tři roky splátka úvěru.

Další významnou položkou jsou platby za energie.

Provozní náklady

Tab. 23. Měsíční provozní náklady

položka	částka
nájemné	60 000 Kč
Splátka úvěru	62 029 Kč
Elektřina, teplo, vodné a stočné	20 000 Kč
Telekomunikační služby	2 000 Kč
pojištění	2 000 Kč
marketing	1 500 Kč
Ostatní provozní náklady (dusík, údržba...)	10 000 Kč
celkem	157 529 Kč

Zdroj: Zpracováno autorem

Osobní náklady

Tab. 24. Osobní náklady v Kč za rok

	Majitel	Zaměst.	Zaměst.	masér	účetní	úklid	Kč
Hrubá mzda		22 000	15 000				
Odměna	25 000			6 000	3 000	1 500	
Počet osob	1	1	2	2	1	1	
Suma hrubé mzdy	300 000	264 000	360 000	144 000	36 000	18 000	1 122 000
Zdravotní pojištění hrazené zaměstnavatelem (9%)		1 980	2 700				
Sociální pojištění hrazené zaměstnavatelem (25%)		5 500	7500				
Zdravotní pojištění OSVČ	1 697						
Sociální pojištění OSVČ	1 807						
Nemocenské pojištění OSVČ	115						
Suma ročního odvodu	43 428	89 760	122 400				255 588

Zdroj: Zpracováno autorem

V tabulce jsou zobrazeny roční osobní náklady. Měsíční osobní náklady podniku jsou pak 114 799 Kč.

Minimální měsíční zálohy na sociální a zdravotní pojištění OSVČ platíme tehdy, když s podnikáním začínáme, nebo když nám v přehledu vyšla nižší záloha než minimální. Pro rok 2012 činí minimální záloha 1 697 Kč na zdravotní, 1 807 Kč na sociální a 115 Kč na nemocenské pojištění. Sazba zdravotního pojištění OSVČ je 6,75 %, sociálního 14,6 % a nemocenského 2,3 %. Náš vyměřovací základ pro zálohu na důchodové pojištění nemůže být nižší než 50 % našeho daňového základu za předchozí rok ani nižší než minimální vyměřovací základ (pro rok 2011 je 71 136 Kč pro OSVČ s hlavní činností a 28 452 Kč pro OSVČ s vedlejší činností). Pokud to respektujeme, můžeme si zálohu stanovit každý měsíc jinou.

Máme-li roční vyměřovací základ vyšší než maximální, je naše maximální měsíční záloha 43 345 Kč. Maximální vyměřovací základ pro rok 2011 je 1 781 280 Kč, což odpovídá daňovému základu z roku 2010 ve výši 3 562 560 Kč.

Odpisovaný majetek

Tab. 25. Přehled odpisovaného majetku

Položka	Cena
Krykomora Artica	1 897 162 Kč
Šatnové skřínky	60 000 Kč
Sportovní vybavení Grün sport	634 746 Kč
Sportovní vybavení Insportline	126 592 Kč
Celkem	2 718 500 Kč

Zdroj: Zpracováno autorem

Odpisy

Tab. 26. Rovnoměrné odpisování lineární v Kč

Rok odepisování	Odpis
2012	299 035 Kč
2013	604 866 Kč
2014	604 866 Kč
2015	604 866 Kč
2016	604 866 Kč

Zdroj: Zpracováno autorem

Pro zjednodušení je všechen majetek zařazen do odpisové skupiny 2, bude tedy odepisován 5 let a jsou počítány z celkové sumy. Pro odpisování jsme zvolili rovnoměrné (lineární) odepisování.

1. rok: $RO = PC \cdot \text{sazba} / 100$ (odpisová sazba dle tabulek je 11 %)

2.- 5. rok: $RO = PC \cdot \text{sazba} / 100$ (odpisová sazba dle tabulek je 22,25 %)

Souhrnný přehled nákladů společnosti

Tab. 27. Celkové náklady společnosti v Kč

Náklad	Rok		
	2012	2013	2014
Náklady na zřízení	3 440 500 Kč	-	-
Provozní náklady	1 890 348 Kč	1 890 348 Kč	1 890 348 Kč
Osobní náklady	1 377 588 Kč	1 377 588 Kč	1 377 588 Kč
Odpisy	299 035 Kč	604 866 Kč	604 866 Kč
Náklady celkem	7 007 471 Kč	3 872 802 Kč	3 872 802 Kč

Zdroj: Zpracováno autorem

5.8.4 Plán tržeb

Tab. 28. Využití maximální kapacity kryokomory

Denní provoz	Roční provoz	Max. kapacita/den	Max. kapacita/rok	Max. tržby/den	Max. tržby/rok
2,5h	900 h	90 lidí	32 400 lidí	27 000 Kč	9 720 000 Kč

Zdroj: Zpracováno autorem

Tab. 29. Využití maximální kapacity fitness centra

Denní provoz	Roční provoz	Max. kapacita/den	Max. kapacita/rok	Max. tržby/den	Max.tržby/rok
7,5 h	2 725 h	75 lidí	27 000 lidí	10 500 Kč	3 780 000 Kč

Zdroj: Zpracováno autorem

Tab. 30. Využití maximální kapacity masérny

Denní provoz	Roční provoz	Max. Kapacita/den	Max. kapacita/rok	Max. tržby/den	Max. tržby/rok
4 h	1 440 h	6 lidí	2 160 lidí	3 000 Kč	1 080 000 Kč

Zdroj: Zpracováno autorem

První rok jsem odhadl výši tržeb na 3 960 000 Kč, což představuje průměrnou denní návštěvu polária 20 lidí, fitnesss centra také 20 lidí a masáže 5 lidí.

V dalších letech předpokládám nárůst tržeb na 4 770 000 Kč, což odpovídá průměrné denní návštěvě polária 25 lidí, fitness centra také 25 lidí a masáží 6 lidí.

5.8.5 Hospodářský výsledek

V následující tabulce můžeme vidět předpověď výsledků hospodaření ve zjednodušeném výkazu zisků a ztrát. Sazba daně je ve výši 15 % z vyměřovacího základu.

Tab. 31. Hospodářský výsledek

Kč	Rok		
	2012	2013	2014
Tržby	3 960 000 Kč	4 770 000 Kč	4 770 000 Kč
Výnosy celkem	3 960 000 Kč	4 770 000 Kč	4 770 000 Kč
Náklady na zřízení	3 440 500 Kč	-	-
Provozní náklady	1 890 348 Kč	1 890 348 Kč	1 890 348 Kč
Osobní náklady	1 377 588 Kč	1 377 588 Kč	1 377 588 Kč
Odpisy	299 035 Kč	604 866 Kč	604 866 Kč
Náklady celkem	7 007 471 Kč	3 872 802 Kč	3 872 802 Kč
HV před zdaněním	- 3 047 471 Kč	897 198 Kč	897 198 Kč
Základ daně	- 3 047 471 Kč	897 198 Kč	897 198 Kč
Daň (15%)	0 Kč	134 579 Kč	133 579 Kč
HV po zdanění	- 3 047 471 Kč	762 619 Kč	762 619 Kč

Zdroj: Zpracováno autorem

V prvním roce podnik realizuje ztrátu, která je zapříčiněna převážně vysokými vstupními náklady.

5.8.6 Cash flow

Tab. 32. Cash flow v Kč

	2012	2013	2014
Počáteční zůstatek	3 600 000 Kč	1 210 764 Kč	2 225 449 Kč
Příjmy z prodeje služeb	3 960 000 Kč	4 770 000 Kč	4 770 000 Kč
Platba DPH fin.úřad	359 200 Kč	0	0
Celkové příjmy	4 319 200 Kč	4 770 000 Kč	4 770 000 Kč
Výdaje na zřízení	3 440 500 Kč	0	0
Provozní náklady	1 890 348 Kč	1 890 348 Kč	1 890 348 Kč
Osobní náklady	1 377 588 Kč	1 377 588 Kč	1 377 588 Kč
Platba DPH fin.úřad	0	343 800 Kč	343 800 Kč
Daň z příjmu	0	143 579 Kč	143 579 Kč
Celkové výdaje	6 708 436 Kč	3 755 315 Kč	3 755 315 Kč
Hotovostní tok	- 2 389 236 Kč	1 014 685 Kč	1 014 685 Kč
Konečný zůstatek	1 210 764 Kč	2 225 449 Kč	3 240 134 Kč

Zdroj: Zpracováno autorem

Záporná hodnota cash flow v prvním roce činnosti byla způsobena vysokými vstupními náklady na zahájení činnosti podniku. V dalších letech je již hotovostní tok kladný, což naznačuje, že by podnik neměl mít problémy s úhradou závazků.

5.8.7 Hodnocení investice

Doba návratnosti investice

Tab. 33. Doba návratnosti investice

rok	Cash flow	Kumulované cash flow
0	- 3 440 500 Kč	- 3 440 500 Kč
1	- 2 389 236 Kč	- 5 829 736 Kč
2	1 014 685 Kč	- 4 815 051 Kč
3	1 014 685 Kč	- 3 800 366 Kč
4	1 759 033 Kč	- 2 041 333 Kč
5	1 759 033 Kč	- 282 300 Kč
6	1 759 033 Kč	1 476 733 Kč

Zdroj: Zpracováno autorem

Podle výpočtu se vložené prostředky vrátí za 5,16 let. Doba návratnosti investice je dobrá a vyhovuje představám majitele.

Rentabilita tržeb – ROS = Return on Sale

Výpočet rentability tržeb = výsledek hospodaření/tržby za prodej zboží, výrobky a služby. Ukazatel rentability tržeb, někdy označován jako zisková marže, vyjadřuje procentuelní podíl výsledku hospodaření na tržbách za prodej zboží, výrobků a služeb (obecně popisováno jako % podíl zisku na 1 Kč tržeb). Ukazatel rentability tržeb je hodnocen v trendu (srovnání více období).

1. rok: $ROS = VH/TRŽBY = (-3\,047\,471Kč/3\,960\,000) \times 100 = -77\%$

2. rok: $ROS = VH/TRŽBY = (762\,619Kč/4\,770\,000) \times 100 = 16\%$

1 Kč tržeb vytvořilo 0,16 Kč zisku.

Rentabilita investic – ROI = Return on Investment

Statický ukazatel hodnotící výnosnost investice. Jde o nejjednodušší metodu, která nezohledňuje rozložení zisku v čase.

1. rok: $ROI = VH/NÁKLADY = (-3\,047\,471Kč/7\,007\,471Kč) \times 100 = -43\%$

2. rok: $ROI = VH/NÁKLADY = (762\,619Kč/3\,872\,802Kč) \times 100 = 20\%$

Z jedné vynaložené koruny získáme 1,2 Kč zisku.

5.8.8 Hodnocení rizik

Na podnik působí celá řada rizikových faktorů. Riziko pro podnik může představovat nepříznivý vývoj a zvýšení cen energií a daní, následkem toho vzrostou provozní náklady a nebude dosaženo očekávaného hospodářského výsledku. Dalším rizikem může být zhoršení ekonomické situace obyvatel České republiky a tím pádem dopad na výši vydaných finančních prostředků na sportovní a regenerační služby. Z toho může plynout riziko nenaplnění kapacity centra na tolik, aby se pokryly náklady, což by mohlo vést k platební neschopnosti podniku.

Riziko růstu cen energií

Příští rok má dojít ke zvýšení cen energií v průměru o 4 %, změna zisku by nebyla tak výrazná, aby ohrozila provoz a výnosnost podniku.

Riziko zvýšení daní

Plánované zvýšení daní už bude mít výraznější dopad, hlavně zvýšení DPH, na celkové příjmy. Konkrétně při předpovídaných tržbách a spotřebě energií by se odvod daně mohl zvýšit přibližně o 150 000 Kč. Z cash flow je zřejmé, že by toto zvýšení podnik nemělo ohrozit.

Riziko platební neschopnosti

Největším rizikem je nedostatečný zájem o naše služby a nedostatečné naplnění kapacity podniku. Minimální měsíční tržby, které je třeba dosahovat aby byly pokryty náklady, jsou 272 328 Kč. To odpovídá zhruba 15-ti klientům na kryoterapii i na fitcentrum denně, což si myslím, že je reálné číslo vzhledem k poloze podniku.

Riziko zadluženosti

Další riziko může plynout ze zadluženosti podniku.

Ukazatel zadluženosti spočítáme ze zahajovací rozvahy jednoduchým vzorcem.

Míra celkové zadluženosti = cizí zdroje / celková aktiva = 2 000 000 / 3 600 000 = 0, 55

Výsledná hodnota míry zadluženosti ve výši 0, 55 nám říká, že podnik byl financován více z cizích zdrojů. Tato hodnota je přijatelná, jelikož cizí zdroje výrazně nepřevažují.

Doba splatnosti úvěru je 3 roky a může se prodloužit až na 5 let, čímž se sníží výše měsíční splátky a tím i provozní náklady podniku.

Závěr

Založení malého podniku není vůbec snadné. Před založením podniku by si měl každý začínající podnikatel zjistit všechny potřebné informace a zvážit všechna možná rizika. Důležitým předpokladem pro úspěšné založení podniku je dobře vypracovaný kvalitní podnikatelský plán. Podnikatelský plán nám ukáže, zda je vůbec možné uvést podnik do provozu, zda může být úspěšný. Může nám ukázat i případné nedostatky, které lze následně řešit a odstranit. Pomůže nám odhalit rizika, kterým je podnik vystaven a my můžeme zvolit takovou strategii, jak je eliminovat a jak jím čelit.

Cílem práce bylo vypracovat podnikatelský záměr. Podnikatelský plán byl vypracován pro nově vznikající malý podnik nabízející služby kryoterapie a fitness. Doplnkovými službami bude provozování masáží. Nejprve jsem popsal podnik, charakterizoval nabízející služby podniku. V další části jsem provedl analýzu vnějšího prostředí pomocí PEST analýzy a vnitřního prostředí pomocí Porterova modelu konkurenčních sil. Abych si udělal představu o potenciálních zákaznících, provedl jsem dotazníkové šetření. Z analýzy legislativního prostředí vyšlo najevo, že dojde ke změně daní. Tato změna bude mít na náš podnik negativní dopad, protože dojde ke zvýšení DPH a také zvýšení daně z příjmu fyzických osob. Jediným pozitivem bude zjednodušení administrativy daní. Z ekonomického prostředí by pro podnik představovalo riziko nastoupení krize. Naopak příznivé je, že se v Praze drží výše hrubých mezd i příjmy domácností vysoko v porovnání s průměrem ČR, konkrétně je v Praze hrubá mzda vyšší o 25 %. Z analýzy socio-kulturního prostředí vyplývá zvýšený zájem o zdravý životní styl, což je pro nás pozitivní. Z výsledku analýzy konkurenčního prostředí plyne nízká konkurence v oblasti kryoterapie. Naopak v poskytování fitcentra je konkurence vysoká. Dále jsem popsal hrozbu substitutů a provedl výběr dodavatelů.

Další částí bylo vypracování marketingového plánu, kde jsem stanovil ceník služeb a navrhl komunikaci. Pomocí SWOT analýzy jsem stanovil silné a slabé stránky podniku, příležitosti a hrozby.

Závěrem bylo zpracování finančního plánu. Nejprve bylo třeba zjistit veškeré náklady před zahájením činnosti podniku. Poté jsem vypočítal provozní a osobní náklady. Dále jsem odhadl výši předpokládaných tržeb a sestavil potřebné výkazy. Pomocí kumulovaného cash flow jsem vypočítal dobu návratnosti investice, která je pro mě přijatelná. Poslední krok byl analyzovat riziko, kterým podnik čelí nebo by mohl čelit.

Na základě vypracování podnikatelského plánu a po zhodnocení veškerých rizik jsem shledal, že by podnik měl na trhu uspět.

Seznam použité literatury

Citované zdroje:

- [1] Rydvalová, Petra. *Malé a střední podnikání*. 1. vyd. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2002. 118 s. ISBN 80-7083-561-3.
- [2] Veber, Jaromír; Srpová, Jitka. *Podnikání malé a střední firmy*. 1. vyd. Praha: Grada, 2005. 304 s. ISBN 80-247-1069-2.
- [3] Synek, Miloslav a kol. *Podniková ekonomika*. 4. přepracované a doplněné vyd. Praha: C. H. Beck, 2006. 475 s. ISBN 80-7179-892-4.
- [4] WUPPERFELD, Udo. *Podnikatelský plán pro úspěšný start*. 1. vyd. Praha: Management Press, 2003. 157 s. ISBN 80-7261-075-9.
- [5] FOTR, Jiří. *Podnikatelský plán a investiční rozhodování*. 2. přeprac. a dopl. vyd. Praha : Grada, 1999. 214 s. ISBN 8071698121
- [6] SRPOVÁ, Jitka. *Podnikatelský plán*. 1. vyd. V Praze : Oeconomica, 2007. 241 s. ISBN 9788024512631.
- [7] KORÁB, Vojtěch; REŽŇÁKOVÁ, Mária; PETERKA, Jiří. *Podnikatelský plán*. 1. vyd. Brno : Computer Press, 2007. 216 s. ISBN 9788025116050
- [8] VYKYPĚL, Oldřich; KEŘKOVSKÝ, Miloslav. *Strategické řízení : teorie pro praxi*. 1. vyd. Praha : C.H. Beck, 2002. 172 s. ISBN 807179578X.
- [9] SEDLÁČKOVÁ, Helena; BUCHTA, Karel. *Strategická analýza*. 2. přeprac. a dopl. vyd. Praha : C.H. Beck, 2006. 121 s. ISBN 8071793671
- [10] BOWMAN, Cliff; VEJDĚLEK, Jiří. *Strategický management*. 1. vyd. Praha : Grada, 1996. 147 s. ISBN 8071692301.

[11] KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. *Marketing*. Praha : Grada, 2004. 855 s. ISBN 8024705133.

[12] MPO. *Zpráva o vývoji malého a středního podnikání a jeho podpoře v roce 2010*. Praha, 2011. [online] [cit. 17.8. 2011] dostupný na WWW: <http://www.mpo.cz/dokument90013.html>

[13] CzechInvest. *Jak napsat podnikatelský plán*. Praha, 2005. [online] [cit. 14.3.2011] dostupný na WWW: <http://www.czechinvest.org/data/files/podnikatelsky-plan-48-cz.pdf>

[14] ProMarketing, *Co by měl marketingový plán obsahovat* [online] dostupný na WWW: <http://www.promarketing.cz/view.php?cisloclanku=2002102803>

[15] Naseinfo, *Kryoterapie: historie a účinky* [online] [cit. 26. 11. 2002] dostupný na WWW: <http://www.naseinfo.cz/clanky/cviceni-a-sport/regenerace/kryoterapie-historie-a-ucinky>

Ostatní zdroje:

1. *Český statistický úřad* [online] dostupný na WWW: <http://www.czso.cz>
2. *Obchodní zákoník* [online] dostupný na WWW: <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/obchzak/>
3. *Zákon o živnostenském podnikání* [online] dostupný na WWW: <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/zivnost/>
4. Ministerstvo průmyslu a obchodu, *Jednotný registrační formulář* [online] dostupný na WWW: <http://www.mpo.cz/dokument68557.html>
5. *Jakpodnikat* [online] dostupný na WWW: <http://www.jakpodnikat.cz/>
6. SyNext, *Analýza konkurence, jejích úspěšných a neúspěšných kroků, jejího potenciálu* [online] dostupný na WWW: <http://www.synext.cz/analyza-konkurence-jejich-uspesnych-a-neuspesnych-kroku-jejeho-potencialu.html>
7. *BusinessInfo* [online] dostupný na WWW: <http://www.businessinfo.cz/>
8. *Finance.cz* [online] dostupný na WWW: <http://www.finance.cz/>
9. *Česká národní banka* [online] dostupný na WWW: <http://www.cnb.cz/cs/index.html>
10. *Statistické údaje Ministerstva průmyslu a obchodu* [online] dostupný na WWW: <http://www.rzp.cz/statistiky.html>

Seznam příloh

Příloha 1. Dotazníkové šetření.....	100
Příloha 2. Vybavení podniku.....	105
Příloha 3. Splátkový kalendář k úvěru.....	107
Příloha 4. Provozní řád.....	109

Příloha 1. Dotazníkové šetření

Anketa pro obyvatele městské části Praha 5

Konkrétní otázky o sportovní aktivitě a regeneraci:

Zaškrtněte pohlaví: ☐ muž ☐ žena

Váš věk:

Otázka č. 1 - Trávíte volný čas aktivně?

ANO (sportovní aktivitou) - 90 respondentů

NE (televize, restaurace, kino...) - 21 respondentů

JINAK (domácí práce, kutilství,...) - 12 respondentů

Otázka č. 2 - Už jste někdy vyzkoušeli fitness, pokud ano, jak často?

velmi často (několikrát týdně) - 19 respondentů

často (jednou týdně) - 29 respondentů

občas (nepravidelně) - 23 respondentů

velmi málo (zkusil jsem) - 30 respondentů

NE - 22 respondentů

Otázka č. 3 - V jaký čas preferujete trénink ve fitness centru?

Ráno(7:00 – 10:00) - 20 respondentů

Odpoledne(14:00 – 17:00) - 15 respondentů

Večer(18:00 – 21:00) - 40 respondentů

Nechodím do fitness - 48 respondentů

Otázka č. 4 - Preferujete velké všestranné komplexy či menší fitness centrum?

Velké - 29 respondentů

Menší - 30 respondentů

Je mi to jedno - 16 respondentů

Žádné - 48 respondentů

Otázka č. 5 - Jste spokojeni s nabídkou služeb pro fitness a regeneraci v Praze?

ANO - 70 respondentů

NE - 11 respondentů

NEVÍM - 42 respondentů

Otázka č. 6 - Využili byste možnost regenerace ihned po ukončení fyzické zátěže?

ANO - 50 respondentů

NE - 10 respondentů

NEVÍM - 63 respondentů

Otázka č. 7 - Preferujete pasivní regeneraci nebo aktivní?

pasivní (masáže, sauny, ...) - 84 respondentů

aktivní (vyplavání, jóga, ...) - 30 respondentů

žádnou - 9 respondentů

Otázka č. 8 - Jak často vyhledáváte regenerační služby?

Často (několikrát týdně) - 25 respondentů

Méně často (jednou týdně) - 37 respondentů

Občas (příležitostně) - 40 respondentů

Vůbec - 21 respondentů

Otázka č. 9 - Myslíte, že je dobré a hlavně účelné investovat do zdravého životního stylu?

ANO - všichni respondenti

NE

Otázka č. 10 - Kolik jste ochotni měsíčně investovat do sportovních a relaxačních aktivit?

Do 500Kč - 35 respondentů

Do 1000Kč - 63 respondentů

Nad 1000Kč - 25 respondentů

Otázka č. 11 - Využíval byste dalších služeb, jako jsou masáže, kavárna?

ANO - 84 respondentů

NE - 39 respondentů

Otázka č. 12 - Domníváte se, že současná ekonomická situace má negativní dopad na návštěvnost sportovních a relaxačních center?

ANO - 73 respondentů

NE - 50 respondentů

Otázka č. 13 - Při setkání s reklamou na nabídku relaxačních služeb Vás taková reklama zaujala?

ANO - 79 respondentů

NE - 44 respondentů

Otázka č. 14 - Zajímáte se o nové možnosti tréninku, regenerace?

ANO - 71 respondentů

NE - 52 respondentů

Otázka č. 15 - Slyšeli jste někdy o kryoterapii?

ANO - 70 respondentů

NE - 53 respondentů

Příloha 2. Vybavení podniku

Tab. 34. Vybavení podniku

Položka		Cena (bez DPH)
Kryokomora Artica komplet	1x	1 897 162Kč
Masérský stůl	1x	5 000Kč
Počítač, software		18 000Kč
Šatnové skříňky		60 000Kč
Nábytek recepcce, masérna		10 000Kč
Leg Press Universal	1x	40 150Kč
Předkopávání profi	1x	40 670Kč
Zakopávání vleže profi	1x	40 150Kč
Snožování s dopomocí	1x	42 570Kč
Butterfly s dopomocí	1x	43 070Kč
Protisměrné kladky + hrazdy	1x	46 570Kč
4 - věž profi	1x	100 720Kč
Přítahy s opěrkou s dopomocí	1x	41 370Kč
Rotana torzo stroj	1x	47 570Kč
Lavice polohovací	1x	11 300Kč
Lavice tlak rovná	1x	12 480Kč
Přednožování bradla	1x	17 020Kč
Lavice biceps izolovaný	1x	16 260Kč
Přítahy v předklonu bez opěrky	1x	16 580Kč
Stojan na dřepy	1x	15 760Kč
Hyperextenze	1x	9 450Kč
Lavice břicho polohovací	1x	11 090Kč
Jednoručka 5kg	2x	940Kč
Jednoručka 10kg	2x	1 500Kč
Jednoručka 15kg	2x	2 080Kč
Jednoručka 20kg	2x	2 640Kč

Jednoručka 25kg	2x	3 200Kč
Jednoručka 30kg	2x	3 780Kč
Jednoručka 35kg	2x	4 340Kč
Jednoručka 40kg	2x	4 900Kč
Jednoručka 12,5kg	2x	1780Kč
Jednoručka 17,5kg	2x	2 360Kč
Jednoručka 22,5kg	2x	2 920Kč
Stojan pro litinové jednoručky	1x	7 690Kč
Stojan na kotouče velký	1x	3 550Kč
Kotouč 2kg	4x	480Kč
Kotouč 5kg	4x	1 120Kč
Kotouč 10kg	4x	2 280Kč
Kotouč 15kg	4x	3 400Kč
Kotouč 20kg	4x	4 560Kč
Kotouč 25kg	4x	5 680Kč
OL tyč LIGO (300kg)	2x	19 216Kč
TZ tyč	1x	3 550Kč
Cyklotrenažer Insportline	4x	63 296Kč
Eliptical insportline	4x	63 296Kč
celkem	-	2 751 500Kč

Zdroj: Zpracováno autorem

Příloha 3. Splátkový kalendář k úvěru

Tab. 35. Splátkový kalendář k úvěru

Splátkový kalendář k úvěru		
Vstupní údaje	JEDNOTKA	
Výše úvěru	Kč	2 000 000
Doba splatnosti (délka úvěru)	Roky	3
Úroková sazba/ročně	%	7,3
Měsíční splátky	Kč	62 029

Zdroj: Zpracováno autorem

Tab. 36. Úrok, úmor, konečná hodnota

rok	měsíc	Počáteční hodnota	úrok	úmor	Konečná hodnota	
1	1	2000000	12167	49862	1950138	
1	2	1950138	11863	50166	1899972	
1	3	1899972	11558	50471	1849501	
1	4	1849501	11251	50778	1798724	
1	5	1798724	10942	51087	1747637	
1	6	1747637	10631	51397	1696240	
1	7	1696240	10319	51710	1644530	
1	8	1644530	10004	52025	1592505	
1	9	1592505	9688	52341	1540164	
1	10	1540164	9369	52660	1487504	
1	11	1487504	9049	52980	1434524	
1	12	1434524	8727	53302	1381222	
Suma úroků za rok			125 568			
2	1	1381222	8402	53626	1327596	
2	2	1327596	8076	53953	1273643	
2	3	1273643	7748	54281	1219362	
2	4	1219362	7418	54611	1164751	
2	5	1164751	7086	54943	1109808	
2	6	1109808	6751	55278	1054530	

2	7	1054530	6415	55614	998916	
2	8	998916	6077	55952	942964	
2	9	942964	5736	56293	886671	
2	10	886671	5394	56635	830037	
2	11	830037	5049	56980	773057	
2	12	773057	4703	57326	715731	
Suma úroků za rok			78 855			
3	1	715731	4354	57675	658056	
3	2	658056	4003	58026	600030	
3	3	600030	3650	58379	541652	
3	4	541652	3295	58734	482918	
3	5	482918	2938	59091	423827	
3	6	423827	2578	59451	364376	
3	7	364376	2217	59812	304564	
3	8	304564	1853	60176	244388	
3	9	244388	1487	60542	183845	
3	10	183845	1118	60911	122935	
3	11	122935	748	61281	61654	
3	12	61654	375	61281	0	
suma úroků za rok			28 616			

Zdroj: Zpracováno autorem

Příloha 4. Provozní řád

Provozní řád fitness centra

1. Provozovatelem je fyzická osoba Jakub Adam.

2. Všeobecné údaje

- Název a sídlo: K3 Sportcentrum, Praha 5
- Záchranná služba: 155
- Hasiči: 150
- Policie ČR: 158
- Městská policie: 156
- Kapacita : 20 osob
- Provozní doba : Po – Pá: 7:00 – 10:00, 15:00 – 21:00, So – Ne: 14:00 – 18:00

3. Provozní podmínky

- Vstup do fitcentra je povolen pouze v čisté a kvalitní obuvi se světlou podrážkou a ve vhodném pro cvičení určeném sportovním oblečení. K převlékání a odložení oblečení slouží výhradně šatna. Odkládání oblečení a jiných větších věcí (např. batohů či kabel) je mimo prostor šatny je zakázáno.
- V celém prostoru fitcentra platí zákaz konzumování potravin, kouření, používání otevřeného ohně a požívání alkoholických nápojů. Povoleny jsou pouze nealkoholické nápoje v plastových obalech. Osobám pod vlivem alkoholu nebo jiných omamných látek je vstup do prostor fitcentra zakázán.
- Návštěvník přítomný ve fitcentru neruší ostatní při cvičení, je slušný a ohleduplný vůči všem ostatním přítomným cvičícím.
- Cvičenci jsou odpovědní za dodržování pořádku v celém prostoru fitcentra, za ochranu majetku a za škody vzniklé porušením provozního řádu. Veškeré zjištěné závady a havárie jsou povinni neprodleně hlásit obsluze.
- Jakékoliv úpravy a přesouvání stojanů, strojového a rozměrného vybavení fitcentra je zakázáno.
- Provozovatel neodpovídá za škodu na vnesených věcech cvičenců do prostor fitcentra.
- Cvičenci v prostorách fitcentra užívají zařízení na vlastní nebezpečí.

4. Pravidla chování ve fitcentru

- Činky, osy činek a další kovové předměty neodkládejte na koženkový potah laviček a posilovacích strojů. Na koženkové potahy je zakázáno stoupat v obuvi.
- Při cvičení používejte vlastní ručník. Chráníte tím své zdraví a koženkový potah laviček a posilovacích strojů před agresivním působením potu.
- Před odhazování činek či os položte na místo odhodu gumovou podložku, aby nedošlo k poškození činek či koberce.
- U náročných či nebezpečných cviků mějte u sebe vždy dopomoc.
- Činky odkládejte na podlahu tak, aby nedošlo k poškození činek či podlahy.
- Po ukončení cviku uveďte stanoviště do původního stavu. Závaží nenechávejte na osách. Všechny kotouče, osy činek a jednoručky mají v posilovně své místo. Po ukončení cvičení je proto na toto místo vraťte.
- Cvičenci užívají prostory fitcentra pouze k účelům, ke kterým jsou určeny a dodržují v těchto prostorách všechny zásady bezpečnosti, hygieny a požární ochrany.
- Všichni cvičenci jsou povinni dbát pokynů a nařízení pověřených osob vedení fitcentra.

5. Závěrečná ustanovení

- V případě porušení provozního řádu, bude návštěvníkovi zamezen vstup do zařízení bez nároku na vložené prostředky.
- Každý uživatel fitcentra je povinen dodržovat tento interní předpis.

Provozní řád polária

- Po příchodu je klient odbaven na recepci, zaregistrován, poučen o kontraindikacích, vyplní a podepíše vstupní protokol.
- V šatně se klient převlékne do doporučeného oděvu, odloží veškeré kovové a jiné předměty (hodinky, náušnice, řetízky, piercing ...)
- Po opuštění šatny proběhne rutinní kontrola krevního tlaku, klienti se průběžně shromažďují v místnosti s kryokomorou, hlásí se u obsluhy.

- Těsně před vstupem je nutné důkladné osušení tělesné vlhkosti, klient nesmí vstupovat do kryokomory opocení! a to ani v místech kožních záhybů (pažní jamky, za krkem, třísla...), obzvláštní opatrnosti je zapotřebí u žen v menstruaci.
- Celotělovou kryoterapii absolvujte v doporučeném oděvu z čisté vlny nebo bavlny s ochranou úst, nosu, uší, rukavicemi, silnými ponožkami a pevnou izolační obuví.
- Do kryokomory vstupují klienti na vyzvání a pouze pod dohledem obsluhy.
- V kabině se zdržíte dle pokynů obsluhy cca 2-3 minuty, déle se mohou zdržet pouze dokonale otužilí a trénovaní jedinci, kteří proceduru již vícekrát opakovali.
- Při pobytu v kabině se snažte pomalu dýchat pouze nosem.
- Uplynutí stanovené doby Vám bude ohlášeno zvukovým signálem, na pokyn obsluhy kryokomoru opustíte.
- Všechny fáze procedury jsou sledovány proškolenou obsluhou.
- Terapeutickou kabinu můžete kdykoliv opustit únikovými dveřmi, které si sami otevřete.
- Po opuštění polárka sejměte a odevzdejte zapůjčenou roušku, rukavice, čelenku a obuv.
- Výskyt jakékoliv komplikace nebo zranění ihned nahlase obsluze.
- Po opuštění kryokomory se odeberte neprodleně do tělocvičny a zde absolvujte 15 minut pohybové aktivity na cyklotrenažerech nebo na eliptických trenažerech. Po tomto cvičení je vhodný strečink. Pro trénované sportovce a otužilé jedince může následovat jakákoliv velká tělesná zátěž.
- Účastník procedury je povinen bezvýhradně uposlechnout pokynů obsluhy jinak bude kdykoli bez náhrady z terapie vyloučen.